



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA WONOREJO
KECAMATAN WONOPRINGGO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

SITI RISANAH
NIM. 2013115054

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA WONOREJO
KECAMATAN WONOPRINGGO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

SITI RISANAH
NIM. 2013115054

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SITI RISANAH

NIM : 2013115054

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA WONOREJO KECAMATAN WONOPRINGGO)”**.

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 05 Oktober 2020

Yang Menyatakan



SITI RISANAH
NIM.2013115054

NOTA PEMBIMBING

Muhamad Masrur, M.E.I

Banyurip Ageng Gang 4 Rt 07 Rw 04, Pekalongan Selatan, Pekalongan

Lampiran : 3 (tiga) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr/i. Siti Risanah
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : Siti Risanah

Nim : 2013115054

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif
Bisnis Islam (Studi Kasus Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo
Kecamatan Wonopringgo).

Dengan ini mohon agar Skripsi tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 05 Oktober 2020
Pembimbing


Muhamad Masrur, M.E.I
NIP.197912112015031001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **SITI RISANAH**
NIM : **2013115054**
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN
GERABAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA
WONOREJO KECAMATAN WONOPRINGGO)**

Telah diujikan pada Kamis, 5 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


H. Muh. Nasrullah, S.E., M.S.I
NIP. 19801128 200604 1 003


Muh. Izza, M.S.I
NIP. 19790726 201608 D1 096

Pekalongan, 25 November 2020

Disahkan oleh Dekan,




Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001





PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia. Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar dan huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	Sa		es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha		ha (dengan titik dibawah)



خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal		zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad		es (dengan titik dibawah)
ض	Dad		de (dengan titik dibawah)
ط	Ta		te (dengan titik dibawah)
ظ	Za		zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	ka
م	Mim	m	el
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof



ي	Ya	y	ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
= a		= â
= i	= ai	= î
= u	= au	= û

3. Ta marbutoh

Ta marbutoh hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة

ditulis

mar'atun jamîlah

Ta marbutoh mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

ditulis

fâ imah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ditulis

rabbanâ

ditulis

al-birr

5. Kata sandang (artikel)



Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

	ditulis	<i>al-qamar</i>
البيدع	ditulis	<i>al-badî'</i>
	ditulis	<i>al-jalâl</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

	ditulis	<i>umirtu</i>
	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Rokhmat dan Ibu Sunarti, yang tiada pernah hentinya selama ini memberikan do'a, nasehat dan dukungan baik moral, lahir dan batin, serta telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang tanpa ada rasa keluh kesah.
2. Kakak-kakak kandung saya tersayang, (Siti Ismiyati, Dewi Fantihana, dan Khairul Umam) yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada saya untuk menjadi lebih baik.
3. Sahabat-sahabat saya di Kampus IAIN Pekalongan Nur Lailatul Mukaromah, Iis Amalia, Niswaton Nuzliyah dan Anisa Nurhidayati. Serta sahabat saya diluar kampus Budi Mulyano yang senantiasa menghibur dalam kejenuhan selama proses pembuatan skripsi.
4. Keluarga KKN 46 IAIN Pekalongan Desa Krandegan Kec. Paninggaran Kabupaten Pekalongan. Terima kasih untuk kebersamaan dan motivasinya.
5. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu. Semoga goresan kecilku ini mampu membanggakan kalian dan semoga penulis dapat meneruskan studi dan pekerjaan ke jenjang yang lebih tinggi. Aamiin.





MOTTO

بَنَائِيهَا أَلْرَيْنَ، أَعَامَتُهُ إِلَّا تَأْكُلُهُ أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطِيلِ إِلَّا أَنْ
تَدْنَ نَ تَحْمَرَةً ذَنْ اِضْ نَ مِّنْذُ وَ وَ تَقْتُلُهُ أُنْفُسَكُمُ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

(Q.S An-Nisa : 29)



ABSTRAK

Indonesia yang beraneka ragam kebudayaan, memiliki potensi sumber kekayaan di daerah masing-masing. Tradisi pembuatan seni kerajinan gerabah merupakan tradisi yang termasuk tua dalam perkembangan kebudayaan manusia. Seiring perkembangan zaman, gerabah sebagai produk seni telah berkembang menjadi bentuk yang lebih indah sebagai penunjang kehidupan. Produk yang dihasilkan harus terus mengalami perbaikan bentuk dan desain baru berdasarkan kepandaian dan kreativitas pengrajin. Dalam hal ini strategi sangat berperan penting dalam melaksanakan kegiatan *marketing*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk seni kerajinan gerabah dalam melangsungkan kegiatan penjualan dilihat dari perspektif bisnis Islam (Studi Kasus Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo). Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer yang diperoleh dari Kepala Desa Wonorejo, Pengrajin Gerabah, Pengrajin Gerabah sekaligus Pengepul, dan Konsumen Kerajinan Gerabah. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan strategi pemasaran, bauran pemasaran, dan pemasaran dalam perspektif bisnis Islam diantaranya manajemen strategi pemasaran, pengantar bisnis, dan manajemen pemasaran syariah. Sedangkan sifat penelitian ini adalah dekriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Wawancara dilakukan terhadap para pengrajin gerabah dan pengrajin gerabah sekaligus pengepul. Dokumentasi diambil dari kegiatan pemasaran secara langsung dan tidak langsung. Serta observasi diambil dengan mengamati kegiatan pemasaran dan proses pembuatan yang dilakukan para pengrajin gerabah dan pengrajin gerabah sekaligus pengepul.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan adalah pengrajin gerabah dalam menerapkan strategi pemasaran hanya menerapkan bauran pemasaran variabel produk. Sedangkan pengrajin gerabah sekaligus pengepul dalam melakukan strategi pemasaran telah menerapkan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yang memiliki 4 (empat) variabel yaitu *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place*. Berdasarkan analisis *marketing mix* dalam perspektif bisnis Islam diperoleh bahwa pengrajin gerabah dan pengrajin gerabah sekaligus pengepul telah menunjukkan sesuai syariat Islam.

Kata Kunci : Strategi, Bauran Pemasaran, dan Pemasaran Islami

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif (Studi Kasus Kerajinan Gerabah di Desa Wonorejo Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan)” dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat yang kita nantikan syafa’atnya kelak di yaumul qiyamah.

Ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
3. Agus Fakhрина, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
4. Muhamad Masrur M.E.I., selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Karima Tamara, ST., MM.M., selaku Dosen Wali yang telah memberikan saran dan masukan dalam proses penulisan skripsi ini.





6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan atas kebijaksanaan ilmu pengetahuannya yang telah diberikan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
7. Perpustakaan IAIN Pekalongan dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan serta perpustakaan yang ada di wilayah Kota dan Kabupaten Pekalongan, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
8. Kepada Bapak Muhlisin selaku Kepala Desa Wonorejo dan Bapak Sigit Rohmatullah selaku Ketua Karang Taruna dan Paguyuban Masyarakat, dan juga seluruh warga yang telah mengizinkan serta membantu kelancaran penulis untuk melakukan penelitian ini.

Semoga kebaikan dan ketulusan yang diberikan kepada penulis mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi. Dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis sendiri.

Pekalongan, 5 Oktober 2020

Penulis

Siti Risanah

NIM. 2013115054



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Objek Penelitian	7
G. Penelitian Terdahulu.....	7
H. Kerangka Teori.....	11
I. Metode Peneltian.....	13
J. Sistematika Penulisan	19



BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran Dalam Konsep Bisnis	22
1. Pengertian Pemasaran	22
2. Konsep Pemasaran	24
3. Strategi Pemasaran	27
4. Bauran Pemasaran	28
B. Pemasaran Dalam Konsep Islam	40
1. Pengertian Pemasaran dalam Islam	40
2. Konsep Strategi Pemasaran Islam	42
3. Bauran Pemasaran Syariah (Marketing Mix)	46
4. Implementasi Strategi Pemasaran Islami	57

BAB III GAMBARAN UMUM DESA WONOREJO KECAMATAN WONOPRINGGO

A. Profil Desa Wonorejo	66
1. Letak Geografis Desa Wonorejo	66
2. Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Wonorejo	68
3. Data Penduduk Desa Wonorejo	68
4. Mata Pencaharian Penduduk Desa Wonorejo	69
5. Kondisi Ekonomi Masyarakat Desa Wonorejo	69
6. Sarana dan Prasarana Desa Wonorejo	70
B. Pola Produksi Pembuatan Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo	70
1. Pengumpulan Bahan Baku	70
2. Proses Pembuatan Kerajinan Gerabah	71
3. Jenis Produk Kerajinan Gerabah	72
4. Sekilas Tentang Strategi Pemasaran Kerajinan Gerabah Dalam Melancarkan Bisnis	73



BAB IV STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM	
A. Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah	
di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo.....	76
1. Dari segi Produk (<i>Product</i>)	78
2. Dari segi Harga (<i>Price</i>).....	80
3. Dari segi Promosi (<i>Promotion</i>)	82
4. Dari segi Distribusi/Tempat	85
B. Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah	
di Desa Wonorejo dalam Perspektif Bisnis Islam	86
1. Dari segi Produk (<i>Product</i>).....	86
2. Dari segi Harga (<i>Price</i>).....	89
3. Dari segi Promosi (<i>Promotion</i>)	91
4. Dari segi Distribusi/Tempat	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

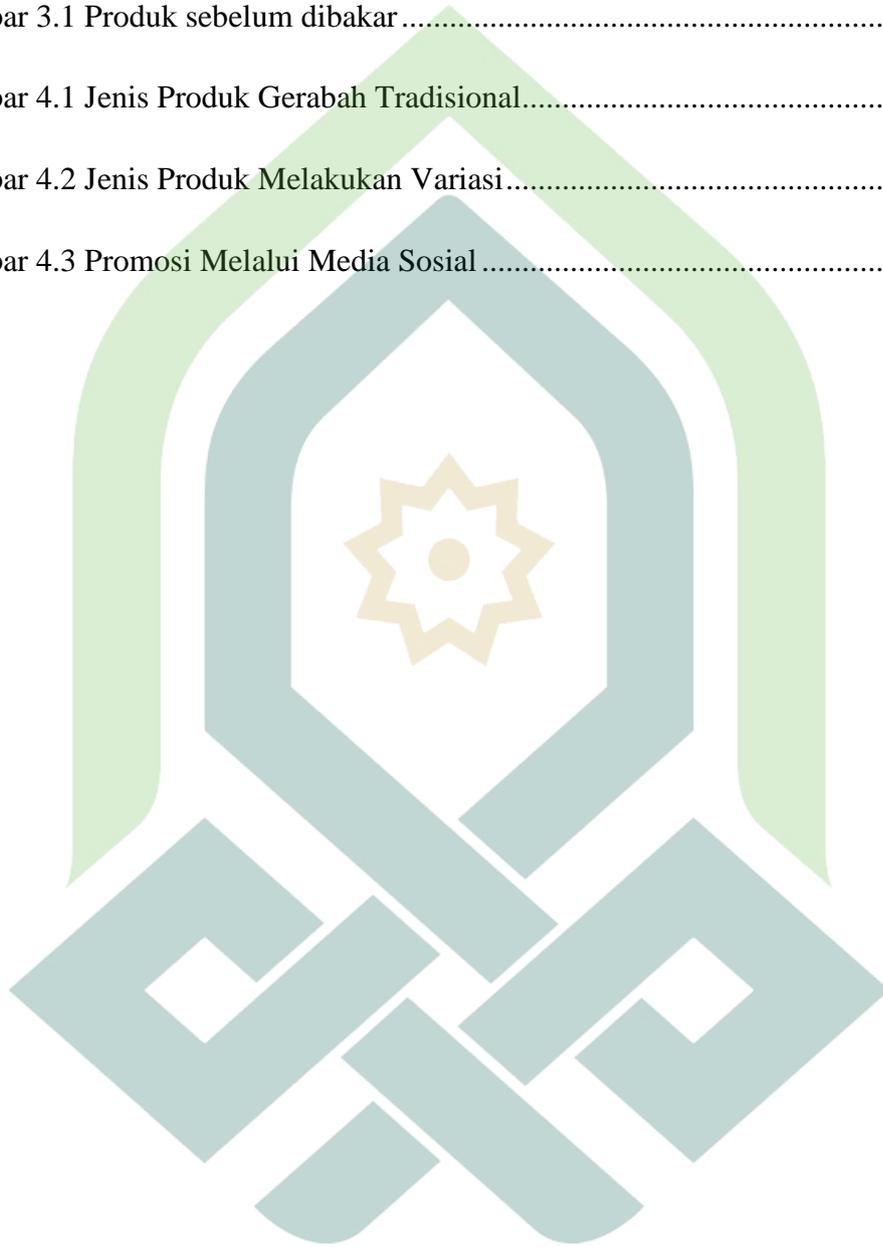
Tabel 1.1 Data Jumlah Produksi Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo	3
Tabel 3.1 Luas Wilayah Desa Wonorejo	67
Tabel 3.2 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Wonorejo	68
Tabel 3.3 Mata Pencaharian Penduduk Desa Wonorejo	69
Tabel 3.4 Sarana dan Prasarana Desa Wonorejo	70
Tabel 3.5 Jenis dan Harga Produk Kerajinan Gerabah	73





DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Produk sebelum dibakar	78
Gambar 4.1 Jenis Produk Gerabah Tradisional.....	80
Gambar 4.2 Jenis Produk Melakukan Variasi.....	83
Gambar 4.3 Promosi Melalui Media Sosial	88





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	100
Lampiran 2 Transkripwawancara.....	103
Lampiran 3 Transkripwawancara.....	109
Lampiran 4 Transkripwawancara.....	118
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	120
Lampiran 6 Surat Ijin Penelitian.....	123
Lampiran 7 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian.....	124
Lampiran 8 Surat Keterangan Penunjukkan Dosen Pembimbing.....	125



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tradisi pembuatan seni kerajinan gerabah merupakan tradisi yang termasuk tua dalam perkembangan kebudayaan manusia. Manusia mulai mengenal seni kerajinan gerabah sejak dikenal tradisi bercocok tanam.¹ Hasil produk kerajinan gerabah biasanya berbentuk perkakas dan perlengkapan dapur seperti kendi, kendi gogo, gentong, lempeng, dan lain-lain dalam ukuran besar maupun kecil.

Seiring dengan perkembangan zaman, produk kerajinan gerabah masih bertahan sampai sekarang, bahkan para pengrajin melakukan kegiatannya di setiap rumah. Gerabah sebagai aktivitas hidup merupakan warisan nenek moyang untuk perlengkapan rumah tangga yang berfungsi sebagai kepentingan manusia itu sendiri. Pembuatan kerajinan gerabah bermula untuk kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Telah bertahun-tahun tanah liat digunakan sebagai bahan baku utama yang digunakan untuk membuat wadah melalui teknik sederhana sebagai alat dan barang yang dapat dipakai sehari-hari di rumah.²

Gerabah sebagai produk seni telah berkembang menjadi bentuk yang lebih indah sebagai penunjang kehidupan. Produk yang dihasilkan terus

¹Abdul Hamid, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Seni Kerajinan Gerabah Di Desa Penakak Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur", *Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*, (Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram, 2017), hlm. 1

²Sumarni, Pengrajin Gerabah, Wawancara Pribadi, hari Minggu, tanggal 24 November 2019, pukul 11.15 WIB, di Rumah Ibu Sumarni

mengalami perbaikan bentuk dan desain baru berdasarkan kepandaian dan kreativitas pengrajin.³

Kegiatan usaha pembuatan kerajinan gerabah di Indonesia sudah tersebar di beberapa wilayah termasuk Provinsi Jawa Tengah, salah satunya terdapat di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan. Desa Wonorejo merupakan desa yang dikenal akan usaha kerajinan gerabah sejak dari zaman dahulu. Mayoritas masyarakat Desa Wonorejo masih melestarikan kebudayaan pembuatan seni kerajinan gerabah sampai sekarang. Biasanya produk kerajinan gerabah yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Wonorejo berbentuk anglo, kendi gogo, tempat ari-ari, klentingan, dan lempur. Produk kerajinan gerabah ditawarkan dengan harga yang cukup terjangkau mulai dari Rp 5000 sampai dengan Rp 20.000 sesuai dengan ukurannya. Akan tetapi produk yang diproduksi baik dan dijual dengan harga yang terjangkau setiap produknya membuat penjualan produk gerabah di Desa Wonorejo mengalami penurunan setiap tahunnya.⁴

Strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan para pengepul kerajinan gerabah di Desa Wonorejo masih sangat terbatas untuk meningkatkan penjualan produknya. Salah satu strategi yang diterapkan oleh pengepul dalam memasarkan produk kerajinan gerabah adalah dengan cara bekerja sama dengan pihak Rumah Sakit serta memasarkan dipasar-pasar

³Abdul Hamid, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Seni Kerajinan Gerabah Di Desa Penakak Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur", *Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*, (Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram, 2017), hlm. 1

⁴Muhlisin, Kepala Desa Wonorejo, Wawancara Prbadi, hari Selasa, tanggal 19 November 2019, pukul 10.00 WIB, di Balai Desa Wonorejo



tradisional yang terdekat saja. Selain itu, meskipun produk yang dihasilkan baik namun kualitas produk kurang diminati konsumen.

Tabel 1.1
Data Jumlah Produksi Kerajinan Gerabah
per tahun Desa Wonorejo

Tahun	Jumlah Produksi Kerajinan Gerabah per tahun
2017	5.240
2018	2.000
2019	1.080

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil produk yang diproduksi para pengrajin dan pengepul di Desa Wonorejo dari tahun 2017 sampai dengan 2019 mengalami penurunan dalam memproduksi produk gerabah. Penurunan yang terjadi secara terus menerus menandakan kualitas produk yang dihasilkan kurang bagus. Hal ini disebabkan karena kurang maksimalnya alat untuk memproduksi kerajinan gerabah sehingga mereka mengalami kesulitan untuk membuat produk yang memiliki kualitas baik serta kurangnya kreativitas para pengrajin dan pengepul terhadap pembuatan produk gerabah. Dari zaman dahulu produk kerajinan gerabah yang dihasilkan berbentuk monotontanpa adanya inovasi baru. Sehingga para pengepul dalam memasarkan produk kerajinan gerabah masih sangat terbatas dan kurang memanfaatkan media sosial seperti instagam, twitter, facebook dan lain sebagainya dikarenakan produk belum memiliki desain yang baru.

Strategi pemasaran merupakan senjata bagi pengusaha dalam menghadapi persaingan bisnis karena memiliki efektifitas dan efisiensi operasional dalam pemasaran itu sendiri. Strategi pemasaran dengan

memanfaatkan teknologi informasi yang secara *financial* lebih efisien dan praktis untuk memasarkan produk melalui media sosial. Perkembangan pengetahuan dan teknologi di era modern saat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Perubahan yang pesat dalam media sosial menyebabkan perubahan-perubahan dalam pemasaran tradisional dan pemikiran konsumen.⁵

Fokus utama bisnis bukan saja mengenai produk. Kita memang harus mempunyai produk atau jasa, akan tetapi jika kita tidak melakukan usaha untuk menjual akan menjadi percuma. Konsumen tidak akan membeli jika kita tidak menawarkan. Tujuan utama suatu pemasaran yang dilakukan adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dan mampu mempengaruhi perilaku konsumen agar bersedia membeli produk yang dipasarkan. Prinsip syariah perlu diperhatikan dalam kegiatan bermuamalah yaitu dengan dilandasi tujuan beribadah kepada Allah SWT dan tidak hanya fokus kepada keuntungan diri sendiri melainkan untuk kesejahteraan bersama. Perspektif etika bisnis merupakan prinsip dan norma dimana para pelaku suatu bisnis harus berpegang teguh dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.⁶

Dari kesemua paparan latar belakang diatas, yang menarik penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK**

⁵Clara Berliana, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Penjahit Bintang 38B Batanghari, Lampung Timur)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla*, (Lampung : IAIN Metro, 2020), hlm. 2-3

⁶Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm.127



**KERAJINAN GERABAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA WONOREJO
KECAMATAN WONOPRINGGO)”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan dasar pemikiran tersebut diatas, penulis mengambil judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA WONOREJO KECAMATAN WONOPRINGGO)” dengan rumusan masalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada produk kerajinan gerabah di Desa Wonorejo?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran produk kerajinan gerabah di Desa Wonorejo jika ditinjau dalam perspektif bisnis Islam?

C. Batasan Masalah

Dalam masalah penelitian dalam skripsi ini akan dibatasi pada bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menggunakan variabel-variabel *product*, *price*, *promotion*, dan *place*.

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian adalah:

- a. Mengetahui strategi pemasaran yang di gunakan para pengrajin gerabah di Desa Wonorejo.
- b. Mengetahui tinjauan perspektif bisnis islam terhadap pemasaran produk kerajinan gerabah di Desa Wonorejo.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian memuat uraian yang mempertegas bahwa penelitian bermanfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik bagi peneliti maupun pembaca, adapun aspeknya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Dapat menambah dan memperkaya khazanah keilmuan dalam pengetahuan terkait strategi pemasaran.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi peneliti lain yang mengkaji masalah yang sama.

2. Secara Praktik

- a. Menambah wawasan penulis dalam menekuni bidang ekonomi terutama pada strategi pemasaran

- b. Berguna untuk menambah wawasan dalam mengembangkan usaha melalui strategi pemasaran sehingga mereka dapat mengetahui langkah-langkah dalam pengembangan usaha secara syariah.

F. Objek Penelitian

Objek penelitian ini menitik beratkan pada pengrajin gerabah dan pengrajin sekaligus pengepul gerabah Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo Dalam Perspektif Bisnis Islam”. Tentunya penelitian ini tidak lepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan peneliti terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dan pandangan dalam penyusunannya. Adapun penelitian terdahulu yang telah dilakukan, antara lain sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Suindrawati. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan laba usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islami, Toko Jesy Busana Muslim menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran konvensional, namun ternyata menerapkan juga strategi pemasaran Islami yang terdiri dari *pertama*, karakteristik pemasaran Islami; *kedua*, etika bisnis Islami; *ketiga*, mencontoh praktik pemasaran Nabi

Muhammad SAW. Karakteristik pemasaran Islami yang diterapkan Toko Jesy Busana Muslim adalah ketuhanan (tauhid), akhlak, realistis ,humanistis. Etika bisnis Islami yang diterapkan Toko Jesy Busana Muslim yaitu produk yang halal dan *thoyyib*, produk yang berguna dan dibutuhkan, produk yang berpotensi ekonomi atau benefit, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial, produk yang dapat memuaskan masyarakat. Toko Jesy Busana Muslim mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW mulai dari segmentasi dan *targeting*, *positioning*, sampai bauran pemasaran (*marketing mix*).⁷

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hasnawati. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dijalankan oleh para pengusaha konveksi di Dukuh Prawasan Timur Kedungwuni secara tidak langsung telah menggunakan startegi pemasaran salah satunya *marketing mix* (bauran pemasaran). Sedangkan ditinjau dari perspektif islam bahwa pemasaran,yang dijalankan selain menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran, juga menerapkan strategi pemasaran islami yang terdiri atas tiga hal pokok pertama, penerapan karakteristik pemasaran islami, kedua penerapan etika bisnis islam, ketiga mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW.⁸

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Umi Sa'adah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran dalam

⁷Suindrawati, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus DiToko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Semarang : UIN Walisongo, 2015), hlm. 7

⁸Ulfa Hasnawati, “strategi pemasaran pada industri konveksi jeans dalam perspektif islam di Dukuh Prawasan Timur Kedungwuni”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Pekalongan : IAIN Pekalongan, 2017), hlm. 7



meningkatkan pendapatan petani dalam perspektif Islam. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan petani adalah dengan menerapkan system bauran pemasaran: *product, price, place, dan promotion*. Dari strategi yang diterapkan, pendapatan petani buah naga mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu pendapatan pada tahun 2013 sebanyak 200,708 ton dengan luas areal 17 hektar, pada tahun 2014 mencapai 212,314 ton dengan luas areal 18,5 hektar, pada tahun 2015 mencapai 223,920 dengan luas areal 20 hektar dan mencapai hasil 235,525 pada tahun 2016 dengan luas areal 25 hektar.⁹

Keempat, Jasman dan Rini Agustin dalam penelitiannya berjudul “strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus pedagang di pasar tradisional)”, *Jurnal, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Darussalam (STEBIS)*, 2018. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran di pasar tradisional raman utara dan untuk mengetahui pemasaran dalam persepektif ekonomi Islam serta untuk mengetahui alasan pedagang melakukan dugaan penyimpangan dalam setrategi pemasaran. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dalam setrategi produk ada yang melakukan penipuan dengan menyembunyikan cacat barang. Dalam strategi tempat yaitu berlokasi didalam pasar tradisional raman utara dan adanya perebutan konsumen. Dalam strategi harga ada yang menaikkan harga pada situasi tertentu seperti pada saat musim hajatan dan lebaran. Dalam

⁹ Umi sa’adah, “Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan petani dalam perspektif ekonomi islam (studi pada petani buah naga di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Lampung:UIN Raden Intan, 2017), hlm. 3



strategi promosi ada yang melakukan reklame palsu, pedagang memuji-muji dagangannya secara berlebihan serta menggunakan kata-kata sumpah. Kemudian berkaitan dengan persepektif ekonomi Islam dipasar tradisional raman utara yaitu ada yang sesuai dengan ekonomi Islam dalam hal bertindak jujur dan benar, amanah, dan murah hati. Dan ada juga yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam seperti mengurangi timbangan, menyembunyikan cacat barang, sumpah palsu dan reklame palsu.¹⁰

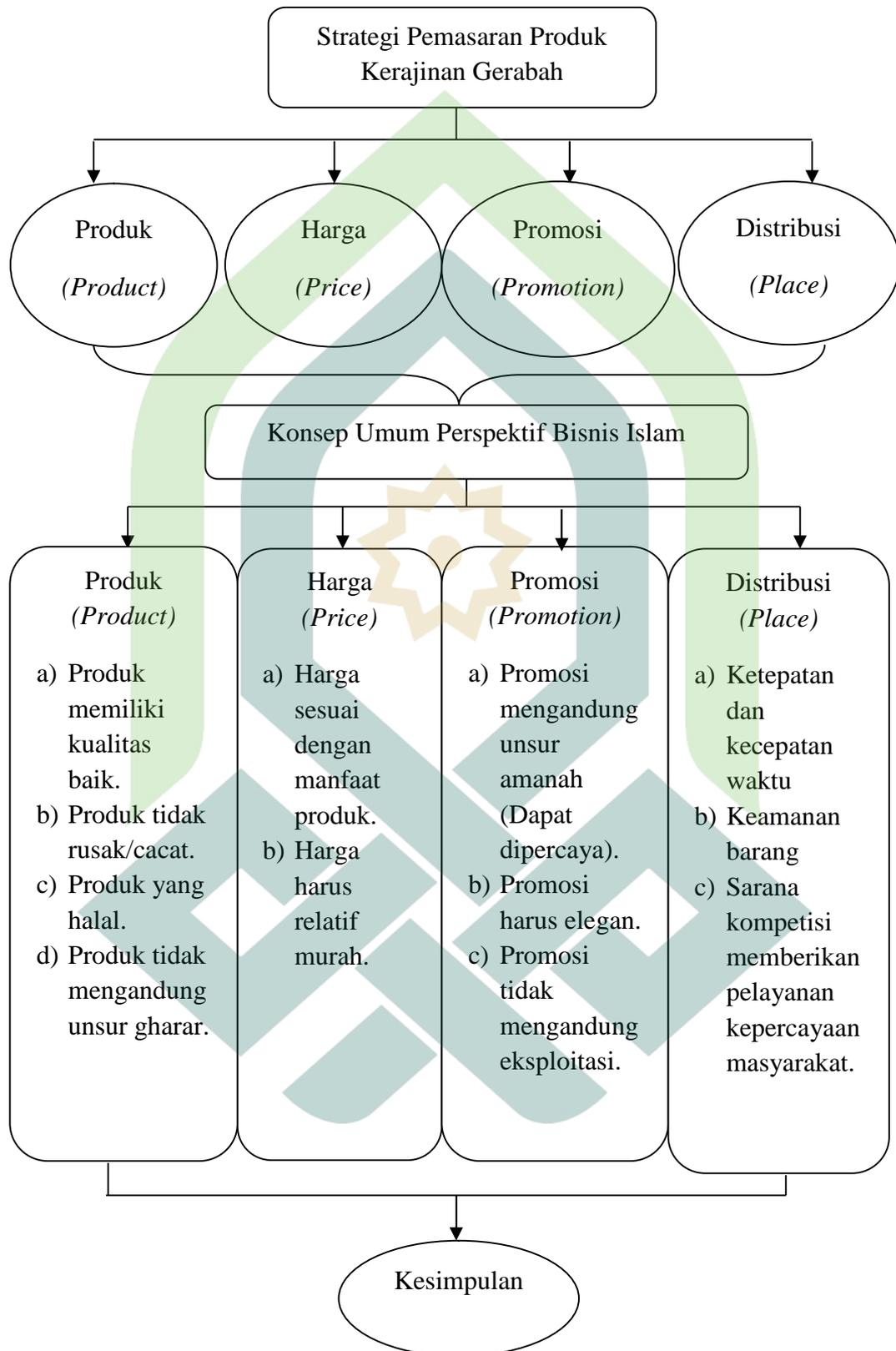
Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina dengan judul “strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Islam yang terdiri dari beberapa karakteristik Hasil penelitian ini ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islam, Calista Boutique selain menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran konvensional, juga menerapkan strategi pemasaran Islam yang terdiri dari tiga poin utama pertama, penerapan karakteristik pemasaran Islam; Kedua, penerapan etika bisnis Islam, ketiga, mengikuti praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu: Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh.¹¹

¹⁰Jasman dan Rini Agustin, “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional)”, (Raman Utara : *Jurnal Khozana*, No. 1, Januari, 2614-8625, hlm. 2

¹¹ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, “strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista”, (Palembang : *Jurnal I-Economic*, No. 1, Januari, hlm. 1



H. Kerangka Teori





Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa penulis akan melakukan observasi mengenai strategi pemasaran pada manajemen pemasaran kerajinan gerabah Desa Wonorejo. Variabel *marketing mix* tersebut terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Distribusi), dan *Promotion* (Promosi). Dari empat variabel tersebut, penulis akan memaparkannya secara jelas bagaimana implementasi dari variabel *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Distribusi), dan *Promotion* (Promosi) pada kerajinan gerabah Desa Wonorejo.

Penulis akan menganalisis korelasi implementasi variabel *marketing mix* dengan konsep perspektif bisnis islam. Dalam menganalisis korelasi implementasi *marketing mix* dengan konsep perspektif bisnis Islam, penulis akan memaparkan dalam bentuk tinjauan umum pada setiap variabel, mulai dari *Product* (Produk) yang sesuai dengan syariah seperti bagan diatas yaitu produk yang halal, produk tidak mengandung unsur gharar, produk tidak rusak/cacat, dan produk yang memiliki kualitas baik. Kemudian kriteria *Price* (Harga) yang dianjurkan Islam diantaranya harga harus sesuai dengan manfaat produk, dan harga harus relatif murah. Variabel yang selanjutnya adalah *Promotion* (Promosi), dalam ekonomi Islam melakukan promosi harus sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam yaitu promosi mengandung unsur amanah (dapat dipercaya), promosi harus elegan, dan promosi tidak mengandung eksploitasi. Selanjutnya variabel *Place* (distribusi), dalam Islam seharusnya dapat mengembangkan *business network*, harus akurat, jujur, anti monopoli, melonggarkan debitur, fleksibilitas serta pengawasan dan intropeksi.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang akan ditempuh oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian atau rumusan masalah.¹² Dalam menguraikan strategi pemasaran produk kerajinan gerabah dalam perspektif Islam di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan yang menekankan analisisnya pada data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan catatan, serta buku-buku yang dijadikan sebagai landasan dalam penelitian.¹³

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di kancah atau tempat terjadinya gejala-gejala yang diselidiki.¹⁴ Hakikatnya penelitian lapangan bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit baik itu individu, kelompok, atau masyarakat yang berbeda pada objek penelitian.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai apa yang terjadi di lapangan kemudian melakukan analisis dari hasil temuan tersebut dengan menyesuaikan antara temuan dan teori.¹⁵ Jadi peneliti akan mendeskripsikan peristiwa yang terjadi terkait dengan penelitian strategi

¹² Samiaji, *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*, (Jakarta: PT Indeks, 2012), hlm. 36

¹³ Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 61

¹⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 5

¹⁵ H.M. Subana, *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), hlm. 89.

pemasaran produk kerajinan gerabah dalam perspektif Islam di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo.

2. Waktu dan Tempat

Waktu penelitian akan dilaksanakan setelah proposal ini diseminarkan dan dinyatakan layak untuk diteliti. Studi Kasus bertempat di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

3. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh¹⁶. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama langsung dari objek yang diselidiki. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara maupun observasi langsung dengan pengrajin gerabah dan pengrajin gerabah sekaligus pengepul di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil atau didapat dari sumber yang kedua.¹⁷ Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah buku-buku ilmiah, karya-karya ilmiah, ataupun bahan perpustakaan lain yang berkaitan dengan pembahasan skripsi sebagai bahan rujukan.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi IV, Cet. II* (Jakarta:Rineka Cipta, 1998), hlm. 114

¹⁷Cholil Narbuko, *Metodologi Riset*, (Semarang: IAIN Press, 1980), hlm 71-78

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara disebut juga *interview*, yaitu sebuah dialog atau tanya jawab yang dilakukan oleh *interviewer* untuk memperoleh informasi dari wawancara tersebut.¹⁸ Dalam hal ini, untuk mendapatkan dari orang-orang kunci (*key informan*), penelitian ini mengadakan tanya jawab kepada pihak-pihak yang terlibat perihal kerajinan gerabah meliputi Kepala Desa, Sigit Rohmatulloh (Ketua Karang Taruna dan Paguyuban Masyarakat), serta pengrajin gerabah di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

b. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman atau sebagai alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi / keterangan yang diperoleh sebelumnya.¹⁹

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang gambaran umum Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, letak geografis, strategi yang dilakukan pengrajin gerabah yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam pengembangan produknya.

¹⁸Muhammad Ali, *Strategis Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Aksara, 1992), hlm. 31

¹⁹Tristiadi Ardi, *Observasi dan Wawancara*, (Malang: Bayu Media, 2004), hlm. 17

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang dapat berupa bukti-bukti tertulis dari objek penelitian.²⁰ Data-data dalam landasan teori dan pengembangan teori diperoleh dari beberapa literatur seperti buku, internet dan sumber referensi lainnya. Selain itu, peneliti melakukan dokumentasi melalui data-data dan foto yang diberikan oleh Sigit Rohmatulloh (Ketua Karang Taruna dan Paguyuban Masyarakat)

5. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengecekan keabsahan data. Uji keabsahan data adalah tingkat ukuran suatu kebenaran atas data-data yang telah dikumpulkan dan kecocokan data antara konsep penelitian dengan hasil penelitian. Mengingat data-data yang terkumpul bersifat kualitatif, maka dalam menganalisa data digunakan analisa deskriptif. Uji keabsahan data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan cara:

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan nara sumber akan semakin terbentuk

²⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 70.

rapport, semakin akrab, semakin terbuka saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.²¹

b. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.²² Pengujian kredibilitas dengan meningkatkan ketekunan ini dilakukan dengan cara peneliti membaca seluruh catatan penelitian secara cermat, sehingga dapat diketahui kesalahan dan kekurangannya. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati di kerajinan gerabah Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

c. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.²³ Triangulasi ada 3 (tiga) macam, yaitu:

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.369

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, hlm.370

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, hlm.372





sumber. Triangulasi sumber untuk menguji sahnya data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam kaitannya dengan pengujian sahnya data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan cara mengajukan wawancara kepada Ketua Karang Taruna dan Paguyuban Masyarakat serta pengrajin gerabah Desa Wonorejo

2) Triangulasi Teknik atau Cara

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Triangulasi teknik untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3) Triangulasi Waktu

Waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Karena waktu juga sering mempengaruhi keabsahan data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari belum tentu sama dengan siang dan sore. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Dalam Triangulasi waktu ini, dimaksudkan untuk melihat apakah yang dikatakan dari waktu ke waktu itu benar-benar dari realitas atau

sesuatu yang dibuat-buat, atau untuk mempertajam informasi yang telah didapatkan dalam penelitian di kerajinan gerabah Desa Wonorejo.

6. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke bentuk yang mudah dibaca. Data mentah yang telah dikumpulkan oleh peneliti perlu di pecah-pecahkan dalam kelompok-kelompok, diadakan kategorisasi, dilakukan manipulasi, dan diproses sedemikian rupa sehingga data tersebut mempunyai makna untuk menjawab masalah.²⁴ Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif dalam mengumpulkan dan penafsirannya.

J. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami materi dalam penelitian ini, maka sebagai gambaran garis besar dari keseluruhan bab, perlu dikemukakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BABI : Bagian ini merupakan bagian awal yang akan menguraikan mengenai pendahuluan diantaranya memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan dari bab I sampai V.

²⁴Mohammad Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 405



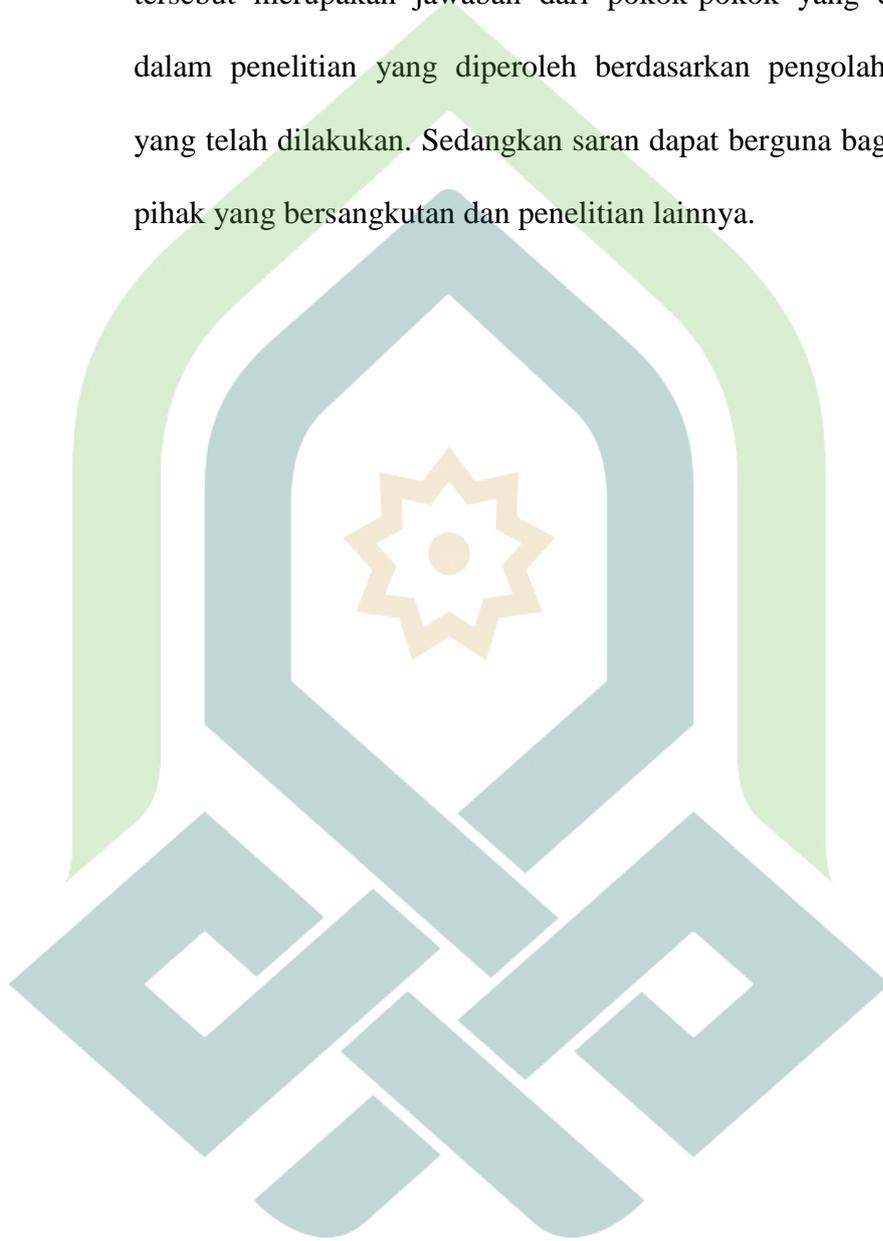


BAB II : Pada bab ini terdiri dari pemasaran dalam konsep bisnis meliputi pengertian pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran, dan bauran pemasaran. Dan kedua pemasaran dalam konsep islam meliputi pengertian pemasaran dalam islam, konsep strategi pemasaran islam, bauran pemasaran syariah, dan implementasi strategi pemasaran islami.

BAB III : Berisi tentang gambaran umum strategi pemasaran pada kerajinan gerabah di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan. Pada bab ini terdiri dari beberapa sub bab, yang pertama gambaran umum Desa yang meliputi letak geografis, data penduduk, mata pencaharian penduduk, kondisi ekonomi masyarakat, sarana dan prasarana, serta struktur organisasi pemerintahan Desa Wonorejo. Yang kedua, berisi mengenai strategi pemasaran pada kerajinan gerabah Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang analisis strategi pemasaran produk kerajinan gerabah di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan. Analisis strategi pemasaran produk kerajinan gerabah dalam perspektif Islam di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

BAB V : Pada bab ini terdiri dari 2 subbab yang dinyatakan secara terpisah, yaitu kesimpulan dan saran penelitian. Dimana kesimpulan tersebut merupakan jawaban dari pokok-pokok yang diangkat dalam penelitian yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan. Sedangkan saran dapat berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan penelitian lainnya.





BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Para pengrajin gerabah di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo dalam melakukan strategi pemasaran hanya menerapkan bauran pemasaran variabel produk saja.
2. Pengrajin sekaligus pengepul kerajinan gerabah di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo dalam melakukan strategi pemasaran telah menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki 4 (empat) variabel pokok yaitu *product, price, place, dan promotion*.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan melalui wawancara secara langsung kepada pengrajin gerabah dan pengrajin sekaligus pengepul kerajinan gerabah dalam konteks *marketing* telah menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) sesuai dengan perspektif bisnis Islam. Penerapan *marketing mix* oleh pengepul kerajinan gerabah sesuai syariat Islam yaitu produk memiliki kualitas tanpa terkecuali bahan baku diperoleh secara halal, penetapan harga bersifat transparan, menerapkan promosi dengan mengedepankan sifat kejujuran, dan saluran pendistribusian sesuai dengan target market.



B. Saran-saran

1. Untuk senantiasa meningkatkan kualitas dan kreatifitas produk kerajinan gerabah sehingga ketertarikan dan loyalitas konsumen akan tetap terjaga.
2. Untuk selalu meningkatkan kegiatan promosi melalui media digital, karena sangat berpengaruh untuk daya tarik konsumen.
3. Untuk senantiasa memperbanyak dan memperkuat jaringan pemasaran yang ada sehingga strategi pemasaran yang diterapkan bisa maksimal.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dirasa masih banyak kekurangan dari segi kesempurnaan, sehingga penulis mengharapkan adanya perbaikan dan kelengkapan untuk penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasara*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Agustin, Hamdi. 2017. *Study Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.
- Aji, Hendy Mustiko. 2019. *Manajemen Pemasaran Syrariah*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Ali, Muhammad. 1992. *Strategis Penelitian Pendidikan*. Bandung : Aksara.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah*. Depok : PT RajaGrafindo Persada.
- Ardi, Tristiadi. 2004. *Observasi dan Wawancara*. Malang : Bayu Media.
- Arif, M Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*, Semarang : Walisongo Press.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi IV, Cet. II*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Cirebon : Alfabeta
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Quran dan Terjemah*. Bandung : CV. Diponegoro.
- Djakfar, Muhammad. 2002. *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, Jakarta.

- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press.
- Firdaus, Muhammad dkk. 2005. *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Indriyo Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*, cet 3, edisi kedua, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hajar, Ibnu. 1999. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Huda, Nurul dkk. 2017. *Pemasaran Syariah*. Depok : Kencana.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT Indeks
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*, Bandung : PT Mizan Pustaka.
- Narbuko, Cholil. 1980. *Metodologi Riset*. Semarang : IAIN Press.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasir, Mohammad. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. I, Jakarta : Gema Insani.
- Rangkuti, Fredy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta : PT Indeks.
- Subana, H.M. 2005. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukirno, Sadono, dkk. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Prenada Media.
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan*, cet. 4 Jakarta : Salemba.



Umam, Khairul. 2011. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung : Pustaka Setia.

Skripsi

Abdul Hamid, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Seni Kerajinan Gerabah Di Desa Penakak Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur”, *Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*, Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram, 2017.

Clara Berliana, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Penjahit Bintang 38B Batanghari, Lampung Timur)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla*, Lampung : IAIN Metro, 2020.

Umi Sa’adah, “Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan petani dalam perspektif ekonomi islam (studi pada petani buah naga di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah)”, *Skripsi Sarjana Ekonomi Syariah*, Lampung : UIN Raden Intan, 2017.

Suindrawati, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, Semarang : UIN Walisongo, 2015

Ulfa Hasnawati, “strategi pemasaran pada industri konveksi jeans dalam perspektif islam di Dukuh Prawasan Timur Kedungwuni”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, Pekalongan : IAIN Pekalongan, 2017.

Jurnal

Arie Rachmat Sunjoto, “*Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam*”, Yogyakarta : Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, No. 2, Desember, 2011.

Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*, Dosen IAIN Pontianak Jurnal Khatulistiwa – *Journal Of Islamic Studies*, Volume 4 Nomor 1, Maret 2014.

Jasman dan Rini Agustin, “*Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional)*”, Raman Utara : Jurnal Khozana, No. 1, Januari, 2614-8625, 2018.



Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, “*strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista*”, Palembang : *Jurnal I-Economic*, No. 1, Januari, 2017.

Syaeful Bakhri, dkk, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa*”, Cirebon : *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*. Vol. 3 No. 2, 2018.

Wawancara

Muhlisin, Kepala Desa Wonorejo, *Wawancara Pribadi*, Balai Desa Wonorejo, Tanggal 10 Oktober 2019.

Sigit Rohmatullah, Ketua Karang Taruna dan Paguyuban Masyarakat, *Wawancara Pribadi*, Desa Wonorejo, Tanggal 21 Oktober 2019.

Sumarni, Pengrajin Gerabah, *Wawancara Pribadi*, Desa Wonorejo, Tanggal 24 November 2019.

Taufik, Pengrajin Gerabah, *Wawancara Pribadi*, Desa Wonorejo, Tanggal 24 November 2019.

Karsono, Pengrajin Gerabah, *Wawancara Pribadi*, Desa Wonorejo, Tanggal 24 November 2019.

Nur, Konsumen Kerajinan Gerabah, *Wawancara Pribadi*, Desa Wonorejo, Tanggal 21 Oktober 2019.





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam artian tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.

Dalam penelitian ini yang penulis teliti adalah tentang strategi pemasaran produk kerajinan gerabah dalam perspektif islam di desa Wonorejo Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan.

A. Wawancara kepada Pemilik Kerajinan Gerabah

1. Apakah anda mempunyai usaha kerajinan gerabah ?
2. Sudah berapa tahun usaha kerajinan gerabah yang anda jalankan ?
3. Apa saja jenis-jenis produk kerajinan gerabah yang anda produksi ?
4. Dari mana bahan baku tanah liat untuk memproduksi kerajinan gerabah ?
5. Bagaimana proses produksinya ?
6. Dengan adanya perkembangan zaman, apakah terdapat inovasi pada produk anda ?
7. Apakah produksi dibuat berdasarkan pesanan pasar atau tidak ? mengapa?
8. Apa sajakah kendala yang muncul dalam memproduksi produk kerajinan gerabah ?
9. Bagaimana upaya untuk mengatasi kendala tersebut ?
10. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan produk kerajinan gerabah selama ini?



B. Wawancara kepada Pemasar (Pengepul)

1. Apakah anda mempunyai usaha kerajinan gerabah sendiri ?
2. Sudah berapa tahun usaha kerajinan gerabah yang anda jalankan ?
3. Apa saja jenis-jenis produk kerajinan gerabah yang anda produksi ?
4. Bagaimana anda menentukan strategi harga dalam memasarkan produk kerajinan gerabah?
5. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kaidah yang ditentukan Islam ?
6. Dimana saja anda memasarkan produk kerajinan gerabah ?
7. Bagaimana pemilihan tempat pemasarannya ? Apakah sudah strategis dan sesuai harapan?
8. Bagaimana strategi dalam melakukan promosi produk kerajinan gerabah ke konsumen ?
9. Apakah jujur dalam promosi yang dilakukan oleh anda ?
10. Bagaimana cara anda menyikapi adanya persaingan pasar ?
11. Dalam persaingan pasar apakah anda tetap menerapkan etika bisnis Islam dalam mempertahankan daya saingnya ?
12. Strategi apa saja yang anda lakukan agar produk tetap laku dipasaran ?
13. Dalam hal strategi pemasaran, bagaimana dengan 4P? Dari 4P tersebut unsur apa yang paling di fokuskan ?
14. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatan dan penurunan jumlah pembeli ?
15. Sudahkah anda menerapkan pemasaran Islam dalam usaha anda ?

C. Wawancara kepada Konsumen

1. Bagaimana kualitas produk kerajinan gerabah dari Desa Wonorejo yang dipasarkan kepada anda ?
2. Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk kerajinan gerabah ?
3. Mengapa anda memilih produk kerajinan gerabah dibanding dengan produk yang terbuat dari bahan baku plastik ?



4. Apakah saat membeli produk pernah menemukan barang yang cacat? Apabila iya, apakah boleh dikembalikan atau ditukar dengan barang yang tidak cacat ?
5. Apakah pedagang melakukan sumpah palsu dalam menyakinkan anda untuk membeli produknya ?



Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara dengan Pengrajin Gerabah

Nama Narasumber : Ibu Sumarni
 Tanggal Wawancara : Minggu, 24 November 2019
 Waktu : 11.15 – 12.00 WIB
 Lokasi Wawancara : Di rumah Ibu Sumarni

1. Apakah anda mempunyai usaha kerajinan gerabah sendiri?

Jawab : *Njeh Ibu gadahi piyambak kerajinan gerabah niki nok. (Iya ibu punya sendiri kerajinan gerabah ini mba).*

2. Sudah berapa tahun usaha kerajinan gerabah yang anda jalankan ?

Jawab : *Ibu dameli kerajinan gerabah kados niki yo mpun dangu nok saking Ibu alit. Nanging ibu tasek alit (anak-anak) mung bantu wong tuo, lan sakniki ibu yo dameli piyambak nok. (Ibu membuat kerajinan gerabah ini ya sudah lama mba dari Ibu kecil. Tetapi Ibu masih kecil (anak-anak) hanya membantu orang tua saja, dan sekarang ibu ya membuat sendiri mba).*

3. Apa saja jenis-jenis produk kerajinan gerabah yang anda produksi ?

Jawab : *ibu damel celengan yo saget, damel lempur yo saget, tapi yen lempur sing bentuke ageng ibu mboten saget, ibu saget damele tutup ari-ari kalih klentingan, yo tergantung permintaan saking juragan mawon nok. Asale ibu dameli kerajinan gerabah kados niki wonten juragane mergo iku regone murah. (Ibu membuat celengan ya bisa, membuat lempur ya bisa, tapi apabila lempur yang bentuknya besar ibu tidak bisa, ibu bisa juga membuat tutup ari-ari dan klentingan, ya tergantung*



permintaan dari juragan saja mba. Karena ibu membuat kerajinan gerabah seperti ini ada juragannya maka dari itu harganya murah).

4. Dari mana bahan baku tanah liat untuk memproduksi kerajinan gerabah ?
 Jawab : *Ibu tanah liate mendet saking sabin nok, mergo tanah sing wonten sabin niku sampun dibebaske saking kelurahan kangge warganipun. La Ibu mendet tanah liate iku dibantu maring garwone ibu, sahinggo mboten medalake arto kangge tanah iku.* (Ibu tanah liatnya mengambil dari sawah mba, sebab tanah yang ada di sawah itu sudah dibebaskan dari keluarahan untuk warganya. Ibu mengambil tanah liatnya itu dibantu oleh suami ibu, sehingga tidak mengeluarkan uang untuk tanah tersebut).
5. Bagaimana proses produksinya ?
 Jawab : *Pertamane tanah liat sing saking sabin dijemur riyen supoyo garing, yen sampun garing mangke disiram malih kangge toyo lan diidak-idak ngagem suku supoyo gampang dicetak. Sak sampunipun kecampur sedoyo tanah liate, siap dicetak ing rodo putaran. Selanjute produk gerabah digaringke selama seminggu, yen sampun bener-bener garing produk gerabah dibakar lan siap dicat.* (Pertamanya tanah liat yang dari sawah dijemur terlebih dahulu agar kering, setelah kering disiram kembali menggunakan air dan diinjak-injak menggunakan kaki agar mudah dicetak. Setelah kecampur semua tanah liatnya, siap dicetak di roda pemutaran. Selanjutnya produk gerabah dikeringkan selama satu minggu, setelah benar-benar kering produk gerabah dibakar dan siap untuk diberi warna).
6. Dengan adanya perkembangan zaman, apakah terdapat inovasi pada produk anda ?
 Jawab : *Ibu saking mbiyen damele kerajinan gerabah kados niki mawon, tapi sakniki selama wonten pelatihan saking Jogja Ibu diajari damel kerajinan gerabah ngagem cetakan, nanging tiyang mriki mboten sing gunake. Padahal setiap pengrajin gadahi cetakan piyambak sing didamel saking gypsum. Tiyang sing ngajari nyuwun ibu-ibu pengrajin supoyo saget damel kerajinan gerabah ngagem cetakan. Nanging poro pengrajin gadahi kendala saking tanah liate, sebab tanah liat saking Jogja lan tanah*



liat wonten Deso mriki bedo nok. Tanah liat saking Jogja gadahi tekstur sing apik, bedo kalian tanah liat wonten mriki sing diolahe tasek manual yaiku diidak-idak. Sebab iku saking mbiyen ibu damele kerajinan gerabah monoton nok. (Ibu dari dulu membuat kerajinan gerabah seperti ini saja, tetapi sekarang selama ada pelatihan dari Jogja Ibu dipelajari membuat kerajinan gerabah menggunakan cetakan, namun orang sini tidak menggunakannya. Padahal setiap pengrajin mempunyai cetakan sendiri yang dibuat dari gypsum. Orang yang mengajarnya meminta kepada ibu-ibu pengrajin bisa membuat kerajinan gerabah menggunakan cetakan. Namun para pengrajin mempunyai kendala dari tanah liatnya. Karena tanah liat dari Jogja dan tanah liat Desa sini berbeda mba. Tanah liat dari Jogja mempunyai tekstur yang bagus, berbeda dengan tanah liat sini yang diolah masih manual yaitu diinjak-injak. Sebab itu dari dulu Ibu membuatnya kerajinan gerabah monoton mba).

7. Apakah produksi dibuat berdasarkan pesanan pasar atau tidak ? mengapa?
Jawab : *Mboten sesuai pesenan nok, Ibu dameli kerajinan gerabah setiap dinten. Sebab yen wonten tiyang sing tumbas wonten mriki mboten kecewa. (Tidak sesuai pesanan mba, Ibu membuat kerajinan gerabah setiap hari. Sebab apabila ada orang yang membeli ke sini tidak mengecewakan).*
8. Apa sajakah kendala yang muncul dalam memproduksi produk kerajinan gerabah ?
Jawab : *Kendalane yo niku tanah liate sing mboten alus katah krikle. (Kendalanya yaitu tanah liatnya yang tidak halus banyak batu kecilnya, maka harus dipereti terlebih dahulu. Sehingga membutuhkan waktu yang lama).*
9. Bagaimana upaya untuk mengatasi kendala tersebut ?
Jawab : *Upoyone Ibu yo kudu sabar lan ikhtiar. Tanah liate sing katah krikile kudu dipereti riyen meskipun butuhake wekdal ingkang dangu. (Upaya Ibu ya harus sabar dan ikhtiar. Tanah liatnya yang banyak batu kecilnya harus dipereti terlebih dahulu meskipun membutuhkan waktu yang lama).*

10. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan produk kerajinan gerabah selama ini?

Jawab : *Saking mbiyen Ibu mboten ngedolke piyambak nok, Ibu niki wonten juragane. Mangke yen sampun garing gerabahe juraganipun numbasi tasek menteh dereng dibakar. Tiap jenis reginipun benten-benten, yen lempur lan klenting 100 biji reginipun 60 ribu, yen tutup ari-ari 100 biji 70 ribu sebab tutup ari-ari mboten gampang damele lan bentuke ageng. (Dari dulu Ibu tidak menjualnya sendiri mba, Ibu ini ada juragannya. Nanti apabila sudah kering gerabahnya juraganya membeli masih mentah belum dibakar. Setiap jenis harganya berbeda-beda, apabila lempur dan klenting 100 biji harganya Rp 60.000, apabila tutup ari-ari 100 biji Rp 70.000 sebab tutup ari-ari tidak mudah membuatnya dan bentuknya besar).*



Nama Narasumber : Ibu MD
 Tanggal Wawancara : Minggu, 24 November 2019
 Waktu : 10.30 – 11.00 WIB
 Lokasi Wawancara : Di rumah Ibu MD

1. Apakah anda mempunyai usaha kerajinan gerabah sendiri?

Jawab : *Njeh Ibu dameli kerajinan gerabah, mangke yen sampun dados lan garing wonten sing marani juragane. Ibu mboten nilar piyambak.* (Iya ibu membuat kerajinan gerabah, nanti apabila sudah jadi dan kering ada yang mengambilnya yaitu juragannya. Ibu tidak menjualnya sendiri).

2. Sudah berapa tahun usaha kerajinan gerabah yang anda jalankan ?

Jawab : *Sampun dangu saking Ibu tasek alit yo kurang luwih 50 tahun.* (Sudah lama dari Ibu masih kecil ya kurang lebih 50 tahun).

3. Apa saja jenis-jenis produk kerajinan gerabah yang anda produksi ?

Jawab : *Jenis produk gerabah sing didamel Ibu mung celengan mawon. Mboten wonten sing liyane.* (Jenis produk yang dibuat Ibu hanya celengan saja. Tidak ada yang lainnya).

4. Dari mana bahan baku tanah liat untuk memproduksi kerajinan gerabah ?

Jawab : *Sitine utowo lemahe niku mendet wonten sabin, yen kulo mboten gadah tiyang jaler yo kulo tumbas reginipun Rp 3000 sekandi alit. Nanging yen gadah tiyang jaler mendet piyambak.* (Tanah liatnya itu mengambil di sawah, apabila saya tidak mempunyai orang laki-laki ya saya membelinya dengan harga Rp 3000 sekarung kecil. Namun apabila yang mempunyai orang laki-laki mengambilnya sendiri).

5. Bagaimana proses produksinya ?

Jawab : *Pertamane tanah liat saking sabin dipaculi mangke dipeh ngantos garing, yen sampun garing dibeto wangsul terus disiram ngagem toyo lan diidak-idak ngagem suku supoyo gampang dicetak. Sak sampunipun kecampur sedoyo tanah liate, siap dicetak ing rodo putaran. Selanjute produk gerabah digaringke selama seminggu, yen sampun bener-bener garing produk gerabah dibakar lan siap dicat.* (Pertamanya tanah liat yang dari sawah dicangkul nanti dijemur sampai kering, apabila sudah kering





dibawa pulang terus disiram menggunakan air dan diinjak-injak menggunakan kaki agar mudah dicetak. Setelah kecampur semua tanah liatnya, siap dicetak di roda pemutaran. Selanjutnya produk gerabah dikeringkan selama satu minggu, setelah benar-benar kering produk gerabah dibakar dan siap untuk diberi warna.

6. Dengan adanya perkembangan zaman, apakah terdapat inovasi pada produk anda ?

Jawab : *Mboten wonten, waune Ibu damele yo cawi-cawian, piring-piringan. Nanging Ibu mboten betah damel sing alit-alit malih, sahinggo sakniki damele celengan mawon.* (Tidak ada, tadinya Ibu membuat ya cawi-cawia, piring-piringan. Namun Ibu tidak betah membuat yang kecil-kecil, sehingga sekarang hanya membuat celengan saja).

7. Apakah produksi dibuat berdasarkan pesanan pasar atau tidak ? mengapa?

Jawab : *Yo mboten dameli pesenan tok. Ibu dameli kerajinan gerabah setiap dinten sebab wonten juragane.* (Tidak sesuai pesanan saja. Ibu membuat kerajinan gerabah setiap hari sebab ada juragannya).

8. Apa sajakah kendala yang muncul dalam memproduksi produk kerajinan gerabah ?

Jawab : *Mboten wonten kendalane.* (Tidak ada kendalannya).

9. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan produk kerajinan gerabah selama ini?

Jawab : *Ibu mboten nilar piyambak, wonten juragane ingkang marani mriki. Mangke reginipun sing 100 biji Rp 100.000 sebab tasek menteh lan diparingi reginipun Rp 1000 sebab kulo damele ageng.* (Ibu tidak menjualnya sendiri, ada juragannya yang mengambil kesini. Nanti harganya yang 100 biji Rp 100.000 karena masih mentah dan dihargai Rp 1000 karena saya membuatnya besar).

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara dengan Pemasar (Pengepul)

Nama Narasumber : Bapak Sigit Rohmatullah
 Tanggal Wawancara : Senin, 21 Oktober 2019
 Waktu : 09:00 – 10.00 WIB
 Lokasi Wawancara : Dirumah Bapak Sigit

1. Apakah anda mempunyai usaha kerajinan gerabah sendiri ?
 Jawab : iya saya memiliki usaha kerajinan gerabah.
2. Sudah berapa tahun usaha kerajinan gerabah yang anda jalankan ?
 Jawab : sudah sejak lama, dari zaman nenek saya sampai sekarang kurang lebih 100 tahunan.
3. Apa saja jenis-jenis produk kerajinan gerabah yang anda produksi ?
 Jawab : Dari zaman dahulu sampai sekarang jenis gerabah yang diproduksi celengan, lemper, kendi gogo, tempat ari-ari dan vas bunga.
4. Dari mana bahan baku tanah liat untuk memproduksi kerajinan gerabah ?
 Jawab : Para pengrajin gerabah disini, untuk mendapatkan bahan bakunya tidak pernah mengalami kesulitan. Karena pemerintahan desa sudah memberikan secara gratis pengambilan tanah untuk membuat kerajinan gerabah disawah.
5. Bagaimana proses produksinya ?
 Jawab : Pertama mengambil tanah dari Sawah secara dicangkul, kemudian tanah liat dijemur selama 2-3 hari agar tanah menjadi kering, apabila tanah liat sudah kering maka tanah liat disiram kembali menggunakan air sambil di injak-injak supaya halus dan mudah dicetak. Setelah semuanya tercampur, tanah liat siap untuk dicetak di roda pemutar. Kemudian hasil





produk gerabah dikeringkan terlebih dahulu selama satu minggu agar produk gerabah siap untuk dibakar. Dan terakhir gerabah diberi warna.

6. Dengan adanya perkembangan zaman, apakah terdapat inovasi pada produk anda ?

Jawab : Sekarang ini terdapat inovasi baru, setelah kita para Karang Taruna melakukan *study banding* ke Kasongan, Jawa Timur dan rencana ke Purwakarta dan kita mendapatkan ilmu dari sana secara packing atau lainnya.

7. Apa sajakah kendala yang muncul dalam memproduksi produk kerajinan gerabah ?

Jawab : Kendalanya yaitu proses pemisahan tanah dengan batu yang masih manual membuat tanah menjadi tidak halus dan ketika dibentuk menghasilkan produk yang kurang maksimal teksturnya. Kendala lain yaitu bentuk produk yang masih monoton dari zaman dahulu sehingga produknya yang kurang diminati para konsumen.

8. Bagaimana upaya untuk mengatasi kendala tersebut ?

Jawab : Salah satu upaya untuk mengatasi kendala tersebut yaitu diadakannya alat pemisah tanah dari batu agar tanah liat memiliki tekstur yang halus dan produk yang dihasilkan maksimal. Selain itu kita para Karang Taruna berusaha mengikuti pelatihan-pelatihan seperti seminar dan lain sebagainya agar bisa membuat produk yang diminati konsumen.

9. Bagaimana anda menentukan strategi harga dalam memasarkan produk kerajinan gerabah?

Jawab : Dari dulu harga produk kerajinan gerabah yang dipasarkan tergantung besar kecilnya produk karena belum ada inovasi baru. Seperti jenis celengan yang berukuran besar dihargai Rp 4.500, sedang Rp 2.500, dan yang kecil Rp 1.500. Akan tetapi setelah kita melakukan inovasi baru sedikit demi sedikit mengubah catnya dengan didasari warna putih terlebih dahulu maka dapat dijual dengan harga Rp 10.000 – Rp 12.000 yang berukuran besar.

10. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kaidah yang ditentukan Islam ?

Jawab : Sudah, karena saya sebagai umat Islam dalam memberikan harga sesuai dengan tingkat kesulitan dalam pembuatannya.

11. Dimana saja anda memasarkan produk kerajinan gerabah ?

Jawab : Saya menjual produk kerajinan gerabah di Pasar-Pasar Tradisional seperti Pasar Bojong, Pasar Kajen, Pasar Wonopringgo, Pasar Karanganyar, Pasar Comal, Pasar Batang, dan saya juga bekerja sama dengan Rumah Sakit yang ada di Pekalongan.

12. Bagaimana pemilihan tempat pemasarannya ? Apakah sudah strategis dan sesuai harapan?

Jawab : Sudah sesuai dengan harapan, karena dengan bekerja sama kepada Rumah Sakit mampu meningkatkan produk kerajinan gerabah jenis tempat ari-ari.

13. Bagaimana strategi dalam melakukan promosi produk kerajinan gerabah ke konsumen ?

Jawab : Selama produk masih berbentuk monoton saya tidak melakukan promosi melalui media sosial. Salah satu cara saya melakukan promosi produk kerajinan gerabah yaitu dengan mengikuti kegiatan karnaval setiap tahun dalam memperingati acara HUT RI se Kecamatan Wonopringgo dengan menampilkan hasil kerajinan gerabah yang dibuat oleh masyarakat Desa Wonorejo dan saya sebagai Ketua Karang Taruna beserta para pengrajin gerabah menciptakan “Pusat Belajar Wisata Edukasi Gerabah Ceria”. Pusat belajar ini dibuka untuk umum bagi masyarakat yang ingin belajar membuat kerajinan gerabah.

14. Apakah jujur dalam promosi yang dilakukan oleh anda ?

Jawab : Saya dalam melakukan promosi terhadap produk saya selalu berkata jujur, tidak melebih-lebihkan produk saya agar konsumen tertarik, dan saya juga tidak melakukan hal yang memiliki unsur penipuan. Karena prinsip saya dalam berdagang yaitu mengedepankan sikap kejujuran.





Dengan bersikap jujur maka konsumen akan merasa puas terhadap sesuatu yang dibelinya dan membuat pelanggan tidak merasa kecewa.

15. Bagaimana cara anda menyikapi adanya persaingan pasar ?

Jawab : Saya sebagai seorang muslim dalam menyikapi persaingan pasar berfikir secara yang baik, karena dalam dunia perdagangan tidak hanya bertujuan untuk mengambil keuntungan semata. Namun menurut saya dalam berdagang tujuan utamanya yaitu untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Sehingga cara yang ditempuh saya untuk bersaing diantaranya dengan membuat produk yang memiliki kualitas yang bagus agar konsumen merasa puas.

16. Dalam persaingan pasar apakah anda tetap menerapkan etika bisnis Islam dalam mempertahankan daya saingnya ?

Jawab : Iya, saya tetap menerapkan etika dalam bisnisnya. Karena dengan mengingat kepada Allah SWT kita dapat berperilaku yang lebih baik lagi dalam melawan persaingan. Dengan hal tersebut maka tidak dapat merugikan pedagang lainnya.

17. Strategi apa saja yang anda lakukan agar produk tetap laku dipasaran ?

Jawab : Salah satu cara yang saya tempuh saat ini agar produk tetap laku dipasaran, saya terus mencoba melakukan inovasi baru terhadap produk yang saya produksi dengan mengikuti pelatihan-pelatihan maupun seminar di berbagai daerah. Seperti melakukan pemakingngan, pemberian warna, dan mengubah bentuk produk gerabah.

18. Dalam hal strategi pemasaran, bagaimana dengan 4P? Dari 4P tersebut unsur apa yang paling di fokuskan ?

Jawab : Iya selama ini dari 4P atau produk, promosi, harga, dan tempat hanya mengikuti alur saja dari zaman dahulu seperti pendistribusian produk ke Pasar-Pasar tradisional dan bekerja sama dengan Rumah Sakit di Pekalongan. Selain itu, saya juga kurang melakukan promosi dimedia sosial sebab produk yang saya produksi kalah bersaing karena bentuknya yang monoton. Kemudian harga yang saya berikan untuk produk gerabah masih sangat rendah sehingga membuat para kalangan remaja lebih

memilih untuk bekerja di konveksi. Menurut saya unsur yang paling utama yaitu produk. Saya mencoba membuat produk yang berbentuk karakter, karena apabila produk memiliki bentuk yang berbagai macam membuat konsumen tidak merasa bosan serta saya berusaha membuat produk yang memiliki kualitas yang baik agar konsumen merasa puas dan tertarik.

19. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatan dan penurunan jumlah pembeli ?

Jawab : Alhamdulillah ada peningkatan mba. Jadi dari dulu produk gerabah kita di beri harga yang murah. Namun setelah kita melakukan pelatihan seperti mencoba produk dibentuk animasi, diberi warna dasar, dan dipacking dengan bagus mampu terjual dengan harga dari 2X lipatnya. Sebab itu, dapat meningkatkan tingkat perekonomian kita.

20. Sudahkah anda menerapkan pemasaran Islam dalam usaha anda ?

Jawab : Sudah. Saya berusaha menjaga bisnis ini supaya tetap berjalan lancar dengan berperilaku tidak mementingkan duniawi saja, bahkan tidak merugikan orang lain baik bersaing terhadap pedagang lain maupun kepada konsumen yang membelinya. Jadi saya sebagai pemasar Islam harus menerapkan sikap kejujuran yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.



Nama Narasumber : Bapak Taufik
 Tanggal Wawancara : Minggu, 24 November 2019
 Waktu : 09:15 – 10.00 WIB
 Lokasi Wawancara : Dirumah Bapak Taufik

1. Apakah anda mempunyai usaha kerajinan gerabah sendiri ?

Jawab : iya saya mempunyai usaha ini.

2. Sudah berapa tahun usaha kerajinan gerabah yang anda jalankan ?

Jawab : Sejak tahun *simbah* (nenek) saya kurang lebih 50 tahun dan saya masih kecil mba.

3. Apa saja jenis-jenis produk kerajinan gerabah yang anda produksi ?

Jawab : Celengan, anglo (tempat pembakaran menyan), kendi gogo, dan kendil, vas bunga dan lain-lain.

4. Dari mana bahan baku tanah liat untuk memproduksi kerajinan gerabah ?

Jawab : Saya untuk mendapatkan tanah liatnya dengan cara membeli kepada orang lain. Jadi disini para pengrajin untuk mendapatkan tanah liatnya ada yang membeli sudah matang dan mengambil sendiri secara gratis di sawah yang dimiliki oleh Desa.

5. Bagaimana proses produksinya ?

Jawab : Kalau saya pertamanya ya membeli tanah kepada orang lain yang sudah matang, sehingga langsung bisa dicetak diroda pemutar. Kemudian dikeringkan dibawah terik panas matahari dan apabila sudah kering siap untuk dibakar.

6. Dengan adanya perkembangan zaman, apakah terdapat inovasi pada produk anda ?

Jawab : Pasti ada, seperti adanya permintaan dari konsumen yang ingin dibuatkan produk jenis apa saja misal minta dibuatkan vas bunga dengan model yang sesuai permintaan konsumen. Sekarang ini juga adanya pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh para Karang Taruna untuk belajar membuat gerabah yang memiliki inovasi terbaru.



7. Apa sajakah kendala yang muncul dalam memproduksi produk kerajinan gerabah ?

Jawab : Masalahnya yaitu dari sistem pengambilan tanah dimana hanya ada satu orang yang menyediakan tanah dengan tekstur halus. Sehingga menghambat waktu pembuatan gerabah. Kemudian masalah yang kedua yaitu bahan untuk membakar gerabah yang sangat minim seperti kayu, pelepah, atau kelaras. Dan masalah selanjutnya yaitu berkurangnya para pengrajin gerabah disebabkan karena tidak mau kotor-kotoran.

8. Bagaimana upaya untuk mengatasi kendala tersebut ?

Jawab : Upaya untuk mengatasi kendala yaitu dengan mengajak ibu-ibu dan para remaja untuk mau berlatih membuat kerajinan gerabah dan ikut serta memajukan gerabah.

9. Bagaimana anda menentukan strategi harga dalam memasarkan produk kerajinan gerabah?

Jawab : Apabila masalah penetapan harga saya mengikuti alurnya saja dari zaman dahulu nenek saya. Sebab berbeda-beda harganya misal produk celengan yang masih mentah belum dibakar dihargai Rp 500 dan apabila sudah dibakar dipatok harga Rp 2000. Biasanya harga produk yang belum dibakar setengahnya dari produk yang sudah dibakar. Misal jenis produk kendi gogo Rp 5000, kendil Rp 10.000 dan vas bunga Rp 12.000-Rp 15.000.

10. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kaidah yang ditentukan Islam ?

Jawab : Insya allah sudah.

11. Dimana saja anda memasarkan produk kerajinan gerabah ?

Jawab : Saya memasarkan produk kerajinan gerabah di Pasar-Pasar Tradisional, adapun pelanggan yang datang sendiri kesini seperti dari daerah Comal, dan Batang, .



12. Bagaimana pemilihan tempat pemasarannya ? Apakah sudah strategis dan sesuai harapan?

Jawab : Sudah, karena menurut saya kerajinan gerabah di Desa Wonorejo ini sudah dikenal sejak dahulu sehingga sudah banyak pelanggan yang berkunjung langsung ke sini untuk membelinya

13. Bagaimana strategi dalam melakukan promosi produk kerajinan gerabah ke konsumen ?

Jawab : Saya hanya melakukan promosi dengan cara memberi tahu atau menjelaskan kepada para konsumen jika produk gerabah memiliki manfaat yang lebih baik. Misalnya saja manfaat dari gerabah jenis kendi, dimana kendi itu merupakan tempat untuk penyimpanan air minum. Apabila orang tersebut minum air putih yang dimasukkan ke dalam kendi maka akan merasakan lebih segar dan enak dibandingkan dengan air galon yang musim sekarang ini. Selain itu cara lain yang saya lakukan yaitu lewat brosur dan pelatihan-pelatihan anak TK, SD dan PAUD.

14. Apakah jujur dalam promosi yang dilakukan oleh anda ?

Jawab : Iya saya dalam melakukan promosi insyallah sudah jujur.

15. Bagaimana cara anda menyikapi adanya persaingan pasar ?

Jawab : Menurut saya tidak begitu kalah dalam bersaing karena produk gerabah sendiri memiliki ciri khas tersendiri sehingga tidak kalah saing dengan produk yang terbuat dari plastik. Produk gerabah juga lebih diminati oleh konsumen karena gerabah sendiri memiliki bentuk yang unik, klasik, dan bagus sebab terbuat dari bahan alami yaitu tanah liat.

16. Dalam persaingan pasar apakah anda tetap menerapkan etika bisnis Islam dalam mempertahankan daya saingnya ?

Jawab : Iya, saya tetap menerapkan etika Islam dalam memasarkannya. Karena para Karang Taruna sini mengikuti organisasi NU, sehingga apabila tidak menerapkan etika Islamnya tidak memungkinkan.

17. Strategi apa saja yang anda lakukan agar produk tetap laku dipasaran ?

Jawab : Strategi yang dilakukan yaitu terus memperkenalkan produk kita dimedia sosial, agar produk kita tetap trending yaitu produk-produk yang terbaru, dan terkini. Hal itulah yang dapat mengikuti zaman.

18. Dalam hal strategi pemasaran, bagaimana dengan 4P? Dari 4P tersebut unsur apa yang paling di fokuskan ?

Jawab : Dari strategi-strategi pemasaran tersebut sama-sama sangat penting, akan tetapi saya lebih memfokuskan ke produknya agar produk gerabah tetap memiliki kualitas bagus dan dapat terlestarikan secara terus menerus. Selain itu mendorong kepada masyarakat lain agar mau belajar membuat kerajinan gerabah supaya dapat membantu tingkat perekonomian.

19. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatan dan penurunan jumlah pembeli ?

Jawab : Ada peningkatan, karena produk gerabah memiliki bentuk yang unik dan klasik sehingga mendorong konsumen untuk memilikinya. Selain itu zaman sekarang bentuk yang klasik dan unik lebih dicari masyarakat karena terlihat menarik. Seperti kalangan orang atas yang memiliki teras rumah agar terlihat menarik diberi hiasan gerabah misal gentong.

20. Sudahkah anda menerapkan pemasaran Islam dalam usaha anda ?

Jawab : Iya sudah, saya dalam berbisnis tidak melupakan syariat Islamnya. Karena dalam menjalankan bisnis tidak hanya memikirkan duniawi saja akan tetapi juga meminta Ridho kepada Allah SWT. Contohnya dengan berperilaku jujur setiap perkataan kepada konsumen serta tidak mengatakna hal-hal yang memiliki unsur penipuan, kemudian bersikap adil kesemua pelanggan tanpa pandang bulu. Maka dari itu konsumen merasa lebih senang.



Lampiran 4 : Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara dengan Konsumen

Nama Narasumber : Ibu Nur
 Tanggal Wawancara : Senin, 21 Oktober 2019
 Waktu : 08:00 – 10.00 WIB
 Lokasi Wawancara : Dirumah Bapak Sigit

1. Bagaimana kualitas produk kerajinan gerabah dari Desa Wonorejo yang dipasarkan kepada anda ?

Jawab : Menurut saya kualitas produk kerajinan gerabah Desa Wonorejo bagus. Meskipun terlihat sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang luar biasa. Misalnya saja saya membeli lempeng untuk berjualan makanan, dan pelanggan saya lebih menyukai menggunakan lempeng tersebut karena rasanya yang lebih enak dibanding menggunakan piring biasa yang terbuat dari plastik.

2. Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk kerajinan gerabah ?

Jawab : Sangat sesuai. Apalagi saya sudah menjadi pelanggan disini jadi mudah untuk ditawar. Pertama kali membeli gerabah di Desa Wonorejo saya langsung ditawarkan harga yang sangat terjangkau sesuai dengan besar dan kecilnya bentuk produk secara transparan. Sehingga saya tidak merasa tertipu apalagi merasa kecewa terhadap kualitasnya.

3. Mengapa anda memilih produk kerajinan gerabah dibanding dengan produk yang terbuat dari bahan baku plastik ?

Jawab : Saya lebih memilih produk dari tanah liat sebab manfaatnya yang luar biasa dan tidak membahayakan. Apalagi jika dilihat dari cara pembuatannya benar-benar masih secara manual sehingga membuat

produk memiliki ciri khas tersendiri. Salah satunya produk jenis lempur, dan kendi yang digunakan untuk alat makanan membuat rasa lebih nikmat.

4. Apakah saat membeli produk pernah menemukan barang yang cacat? Apabila iya, apakah boleh dikembalikan atau ditukar dengan barang yang tidak cacat ?

Jawab : Iya pernah, apabila kita datang beli langsung ketempatnya dan menemukan barang yang cacat maka bisa untuk dikembalikan secara langsung.

5. Apakah pedagang melakukan sumpah palsu dalam menyakinkan anda untuk membeli produknya ?

Jawab : Tidak, karena dalam syariat Islam tidak diperbolehkan menggunakan sumpah palsu yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.



Lampiran 5 : Dokumentasi Penelitian

Wawancara dengan Bapak Kepala Desa Wonorejo

Gambar 1.2



Wawancara dengan Ibu Sumarni (Pengrajin Gerabah)

Gambar 1.3



Wawancara dengan Ibu MD (Pengrajin Gerabah)
Gambar 1.4



Hasil Produk Kerajinan Gerabah
Gambar 1.4



Pusat Belajar Wisata Edukasi "Gerabah Ceria"
Gambar 1.5

Lampiran 6 : Surat Izin Melakukan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajan Kabupaten Pekalongan
 Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 527/In.30/F.IV/TT.00/07/2019 11 Juli 2019
 Lamp : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
 Kepala Desa Wonorejo Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Siti Risanah
 NIM : 2013115054

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.


 Shinta Dewi Rismawati

Viet Jurusan Ekonomi Syariah :
 Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetif dalam menghasilkan profesional dan entrepreneur di bidang ekonomi syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036



Lampiran 7 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian


PEMERINTAH KABUPATEN PEKALONGAN
KECAMATAN WONOPRINGGO
DESA WONOREJO
 Sekretariat: Jalan Raya Wonorejo, Kecamatan Wonopringgo Kode Pos 51181

SURAT KETERANGAN
 Nomor : 550 / DS / VI / 2020

Yang bertanda tangan dibawah ini, :

Nama : KHAFIE
 Jabatan : Kepala Desa Wonorejo

Menerangkan bahwa,
 Nama : SITI RISANAH
 Tempat & tanggal lahir : Pekalongan, 03-12-1995
 Jenis kelamin : Perempuan
 NIM : 2013115054
 NIK : 3326114312960001
 Kewarganegaraan / Agama : Indonesia / Islam
 Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Pekalongan (IAIN)

Keterangan : Surat keterangan telah melakukan Penelitian Kerajinan Gerabah Di Desa Wonorejo Kecamatan Wonopringgo, dengan judul Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah dalam Perspektif Islam (Study kasus pada Kerajinan Gerabah Desa Wonorejo Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan bagi yang berkepentingan.

Wonorejo, 15 Juni 2020

Kepala Desa Wonorejo

 KHAFIE



Lampiran 8 : Surat Keterangan Penunjukan Dosen Pembimbing


KEMENTERIAN AGAMA KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan No. 52 Kajen, Kabupaten Pekalongan,
Website : www.iainpekalongan.ac.id | email : febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 889/In.30/M.1/PP.00.9/10/2018
Lamp : 1 bendel (terlampir)
Hal : Penunjukan Pembimbing Proposal dan Skripsi

18 Oktober 2018

Kepada Yth.
Muhammad Masrur, M.E.I
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa :

Nama : Siti Risanah
NIM : 2013115054
Semester : VII (Tujuh)

Telah mengajukan judul skripsi :

Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Gerabah Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Kerajinan Gerabah Di Desa Wonorejo Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan)

Sehubungan dengan hal itu dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing proposal dan skripsi mahasiswa tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Memberikan bimbingan penyusunan proposal skripsi maksimal 2 (dua) minggu sejak surat ini diterima.
2. Menanda tangani surat pengantar pembimbing sebagai dasar pengajuan seminar proposal (terlampir).
3. Melanjutkan proses penyusunan skripsi hingga selesai maksimal 4 (empat) bulan apabila mahasiswa telah menyerahkan surat pengesahan perbaikan proposal skripsi dari dewan pembahas kepada pembimbing.

Demikian surat penunjukan proposal dan skripsi ini dibuat. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Pembinaan


Dr. Othman Ma'shum, M. Ag.
NIP. 197806162003121003



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Siti Risanah
NIM : 2013115054
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 3 Desember 1996
Alamat : Ds.Kemasan rt/rw 01/01 Kec. Bojong,
Kab. Pekalongan, Jawa Tengah, 51156

B. IDENTITAS ORANG TUA

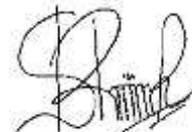
Nama Ayah : Rohmat
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Sunarti
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Ds.Kemasan rt/rw 01/02 Kec. Bojong,
Kab. Pekalongan, Jawa Tengah, 51156

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2004-2009 : SD N Kemasan
2. Tahun 2009-2012 : SMP N Wonopringgo
3. Tahun 2012-2015 : SMA N 1 Kedungwuni
4. Tahun 2015- Sekarang : IAIN Pekalongan Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan
2015

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 5 Oktober 2020



SITI RISANAH
NIM. 2013115054





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SITI RISANAH
NIM : 2013115054
Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : sitirisanah25@gmail.com
No. Hp : 085700117530,

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN GERABAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI KASUS KERAJINAN GERABAH DESA WONOREJO KECAMATAN WONOPRINGGO).”

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 November 2020



SITI RISANAH
NIM. 2013115054

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.