



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN REBANA DALAM
MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN PECANGAAN
KABUPATEN JEPARA**

SKRIPSI

Diajukan dalam rangka Penyelesaian Studi Strata I
untuk mencapai Gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

MOHAMAD RIDUWAN

NPM : 16220062

**PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

2022

LEMBAR PENYELESAIAN PEMBIMBINGAN

Kami selaku pembimbing skripsi I dan II dari mahasiswa universitas PGRI

Semarang

Nama : Mohamad Riduwan

NPM : 16220062

Fakultas/ProgdI : FPIPSKR/ Pendidikan Ekonomi

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Rebana

Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Di Kecamatan

Pecangaan Kabupaten Jepara

Dengan ini menyetakan bahwa skripsi tersebut sudah selesai dan siap untuk diujjikan.

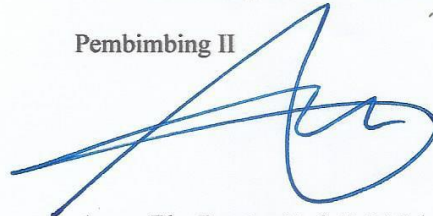
Semarang, 11 November 2021

Pembimbing I



Dr. Endang Wuryandini, M.Pd
NPP. 136401416

Pembimbing II



Aryan Eka Prastya N, S.E.,M.Pd
NPP. 158901497

Mengetahui,

Dekan FPIPSKR



Dr. Agus Sutono, S. Fil., M.Phil

NPP. 107801284

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN REBANA DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN PECANGAAN KABUPATEN JEPARA” Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi FPIPSKR Universitas PGRI Semarang:

Pada Hari : *Rabu*

Tanggal : *22 Desember 2021*

Ketua,



Sekretaris,

Dr. Agus Sutono, S. Fil., M.Pd.

Novika Wahyuhastuti, S. E., M. Si

NPP. 107801284

NIP. 197811192005012002

Penguji

1. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd
NPP. 136401416
2. Aryan Eka Prastya N, S.E., M.Pd
NPP. 158901497
3. Valdyan Drifanda, S. Pd., M. Pd.
NPP. 179001534

Tanda Tangan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang yang pesimis selalu melihat kesulitan di setiap kesempatan, tapi orang yang optimis selalu melihat kesempatan dalam setiap kesulitan” (Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada
Almamater Universitas PGRI Semarang
Orang tua tercinta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohamad Riduwan

NPM : 16220062

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 22 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



Mohamad Riduwan

NPM. 16220062

ABSTRAK

Mohamad Riduwan, “Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Rebana Dalam Menghadapi Pandemic Covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara”. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Keolahragaan Universitas PGRI Semarang, 2020. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya pedapatan kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara akibat pandemi covid-19. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran serta strategi keuangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Subjek penelitian adalah para pemilik usaha rebana yang ada di Pecangaan Jepara dan konsumen. Instrumen pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara.

Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan penetapan sumber data primer. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data dilakukan dengan langkah *data collection*, *data condensation*, *data display*, *conclusion drawing/verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 yaitu dengan memodifikasi bauran pemasaran 7P yang meliputi aspek produk, harga, promosi, lokasi, bukti fisik, prose dan harga seperti menurunkan jumlah produksi produk jadi per hari, mengurangi jumlah karyawan dan mengurangi jam kerja karyawan. Kemudian untuk strategi keuangan dengan menerapkan perencanaan, pencatatan, pelaporan dan pengendalian. Para pemilik usaha strategi perencanaan modal usaha ditengah pandemi covid-19 lebih memilih menjual aset berwujud berupa perhiasan dan pinjam keteman dari pada pinjam di bank. Strategi pencatatan para pemilik usaha hanya melakukan pencatatan kas masuk dan kas keluar secara manual saja. Strategi pelaporan para pemilik usaha rata-rata tidak membuat pelaporan keuangan sesuai standard akuntansi yang baku. Pengendalian dengan pengarsipan nota penjualan, prosedur pemesanan barang dan prosedur pengembalian barang.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Keuangan, Kerajinan Rebana

ABSTRACT

Mohamad Riduwan, "Strategy for the Development of Tambourine Crafts in Facing the Covid-19 Pandemic in Pecangaan District, Jepara Regency". Economic Education Study Program, Faculty of Social and Sports Science Education, PGRI University Semarang, 2020. This research was motivated by the decline in tambourine craft income in Troso Village, Pecangaan District, Jepara Regency due to the covid-19 pandemic. The purpose of this study was to analyze the marketing strategy and financial strategy of the tambourine craft business in dealing with the COVID-19 pandemic in Pecangaan District, Jepara Regency. The research subjects were the owners of the tambourine business in Pecangaan Jepara and consumers. The data collection instrument used an interview guide.

The research method uses a descriptive qualitative approach, with the determination of primary data sources. Test the validity of the data using source triangulation. Data analysis was carried out with data collection steps, data condensation, data display, conclusion drawing/verification.

The results showed that the marketing strategy of the tambourine craft business in dealing with the covid-19 pandemic was by modifying the 7P marketing mix which included aspects of product, price, promotion, location, physical evidence, process and price such as reducing the number of finished product production per day, reducing the number of employees. and reduce employee hours. Then for the financial strategy by implementing planning, recording, reporting and controlling. Business owners with business capital planning strategies in the midst of the COVID-19 pandemic prefer to sell tangible assets in the form of jewelry and borrow from friends rather than borrow from banks. The recording strategy of business owners is to only record incoming and outgoing cash manually. The reporting strategy of business owners on average does not make financial reporting according to standard accounting standards. Control by filing sales notes, ordering goods procedures and returning goods procedures.

Keywords: Marketing Strategy, Financial Strategy, Tambourine Craft

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT, peneliti dapat menyusun dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi yang berjudul “strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemic covid-19 di Kecamatan Pecangan Kabupaten Jepara” ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan.

Penyusun skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan rintangan serta kesulitan-kesulitan. Namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan dorongan serta saran-saran dari berbagai pihak khususnya pembimbing, segala hambatan dan rintangan serta kesulitan tersebut dapat teratasi dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhdi, S.H., M.Hum. Rektor Universitas PGRI Semarang yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas PGRI Semarang.
2. Bapak Dr. Agus Sutono, S.Fil, M.Phil Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian.
3. Ibu Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si., ketua program studi pendidikan ekonomi yang telah menyetujui skripsi penulis.
4. Ibu Dr. Endang Wuryandini, M.Pd. selaku pembimbing I yang telah mengarahkan penulis dengan penuh ketekunan dan kecermatan.
5. Bapak Aryan Eka P N, S.E., M.Pd selaku pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan dedikasi yang tinggi.

6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas PGRI Semarang.
7. Bapak dan ibu serta keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan motivasi serta dukungan sepanjang masa kepada penulis.
8. Teman-teman ku yang telah membantu dan memberi motivasi agar tetap semangat mengerjakan penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pendidik, khususnya didunia pendidikan.

Semarang, 22 Desember 2021

Mohamad Riduwan

NPM. 16220062

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	13
B. Landasan Teori.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
A. Jenis Penelitian	50
B. Setting Penelitian	51
C. Fokus Penelitian	51
D. Sumber Data	51
E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	52
F. Keabsahan Data.....	57
G. Teknik Analisis Data	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Diskripsi umum objek penelitan.....	61
B. Hasil Peneltian dan Analisis Data	63
C. Pembahasan	104
BAB V PENUTUP.....	147
A. Simpulan	147
B. Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan tingkat pendapatan pengrajin Rebana Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara Bulan Januari-Juni Tahun 2020.....	4
Tabel 3.1 Pedoman Wawancara.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perkembangan Penyebaran Covid-19 Kota Jepara Tanggal 23..	6
Gambar 1. Alur Analisis Data.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Usulan Pengajuan Judul.....	163
Lampiran 2. Persetujuan Proposal.....	164
Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Penelitian	165
Lampiran 4. Rekapitulasi Proses Bimbingan (I).....	168
Lampiran 5. Rekapitulasi Proses Bimbingan (II).....	169
Lampiran 6. Pedoman wawancara (I)	170
Lampiran 7. Transkrip Wawancara	173
Lampiran 8. Dokumentasi.....	200

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini pertumbuhan ekonomi sudah semakin pesat, cepatnya perkembangan industri memberikan dampak positif terhadap sektor ekonomi pendapatan masyarakat disuatu wilayah. Senada dengan pernyataan Maramis (2013) bahwa pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian yang akan menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu, karena pada dasarnya aktivitas perekonomian adalah suatu proses penggunaan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan output maka proses ini pada gilirannya akan menghasilkan suatu balas jasa terhadap faktor produksi yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi, diharapkan pendapatan masyarakat sebagai pemilik faktor produksi juga akan meningkat. Pada substansialnya industrialisasi merupakan suatu kegiatan pembangunan perdaerah dan nasional yang bertujuan untuk membangun suatu aspek perekonomian masyarakat yang makmur, mandiri dan sejahtera. Salah satu industri yang berkembang pesat yaitu industri kecil.

Pada perkembanganya industri kecil di anggap sangat produktif, berpotensi, dan strategis dalam mewujudkan suatu tujuan pembangunan. Sektor industri kecil merupakan salah satu bentuk strategi alternatif untuk mendukung pengembangan perekonomian dalam pembangunan jangka panjang di Indonesia. Peran kontribusi terhadap pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat serta terhadap penerimaan devisa telah membuktikan bahwa usaha kecil tidak hanya

aktif namun produktif. Pada konteks yang lebih luas keberadaan akan industri kecil dapat memberikan sumbangan yang besar terhadap pertumbuhan pembangunan nasional. Dewasa ini pembinaan dan pengembangan industri kecil merupakan topik penting yang harus terus dikaji, disempurnakan dan ditingkatkan agar penanganannya lebih efektif (Anwar, 2014).

Pentingnya peranan industri kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam Undang-Undang ini diatur bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Selanjutnya diikuti dengan Peraturan Pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memberdayakan mereka. Hal ini sebagaimana yang terungkap dalam peraturan pemerintah tersebut bahwa usaha kecil bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional.

Industri kreatif sektor kerajinan merupakan salah satu dari 14 sektor industri kreatif yang diidentifikasi sangat berpotensi untuk terus dikembangkan oleh pemerintah daerah. Hal ini dapat dikatakan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi karena kelompok industri ini tercatat memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah (Fitriana dkk. 2014).

Kabupaten Jepara merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang mempunyai banyak UMKM dibanding dengan kabupaten-kabupaten di sekitarnya seperti Kudus, Pati dan Demak. Menurut Wicaksono (2015) menyatakan bahwa Kabupaten Jepara merupakan contoh wilayah yang dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui sumber potensi yang ada dilingkungannya sendiri yaitu UMKM. Salah satu potensinya terletak pada industri kerajinan kayu yang terdapat hampir di seluruh wilayah Kabupaten Jepara. Salah satu daerah penghasil kerajinan di Jepara yaitu Kecamatan Pecangaan. Salah satunya keberadaan UMKM yang terdapat di wilayah Kabupaten Jepara dan memiliki potensi untuk dikembangkan adalah usaha kerajinan rebana.

Pada perkembangannya terdapat 30 pemilik usaha kerajinan rebana yang tersebar di berbagai daerah Jepara. Dewasa ini kerajinan rebana di Indonesia dalam perkembangannya diduga memiliki potensi usaha yang sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari perkembangannya selain di Kabupaten Jepara ada beberapa daerah lain yang sebagai sentra produksi rebana diantaranya kerajinan rebana dari Kabupaten Magelang, Gresik, Brebes dan Demak. Kemudian dari pada itu perkembangan seni islami juga banyak di minati oleh siswa, mahasiswa dan masyarakat. Dalam penelitiannya Fidiyarti (2014) bahwa seni rebana dapat di

gunakan sebagai peningkatan apresiasi pembelajaran yang dilakukan oleh sekolah MTs Ma'arif NU 01 Gandrungmangu Kabupaten Cilacap. Kemudian penelitian yang dilakukan Pulung Sari (2018) salah satu fokus penelitian yaitu UKM rebana yang ada di Universitas PGRI Semarang dengan hasil akhir penelitian banyak prestasi yang diraih mahasiswa dalam bidang seni rebana. Dan di masyarakat di Kecamatan Jagakarsa seni rebana merupakan salah satu sebagai alat seni pertunjukan yang bernuansa keagamaan di Jakarta yang banyak diminati (Meilanih, 2016).

Usaha kerajinan rebana berperan penting bagi masyarakat dan dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Jepara. Adanya usaha kerajinan rebana sekarang ini dapat meningkatkan sumber pendapatan daerah dan penyerapan tenaga kerja. Bagi Indonesia, peranan sektor industri kecil saat ini telah menjadi sektor andalan dalam memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi daerah, hal ini terbukti sektor industri menunjukkan peningkatan yang semakin besar dalam ekonomi nasional, tidak terkecuali atau hanya di Kabupaten Jepara. Kabupaten Jepara merupakan daerah yang sudah dikenal oleh masyarakat luas sebagai daerah kerajinan dan produsen rebana yang tercipta secara turun temurun maupun usaha yang diawali oleh diri sendiri.

Tabel 1.1 Perkembangan tingkat pendapatan pengrajin Rebana Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara Bulan Januari-Juni Tahun 2020.

No	Nama Pengrajin	Bulan (Rp)					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Mahkota Rebana	125,100,000	121,200,000	119,340,000	25,000,000	0	0
2	Annur Rebana	85,150,000	82,500,000	71,350,000	30,100,000	20,000,000	12,400,000
3	Hj. Mukhoyyannah	14,250,000	14,000,000	12,000,000	0	0	0
4	Al Hafiz	35,300,000	34,300,000	9,800,000	6,800,000	6,000,000	0
5	Oemar Ahmad	30,500,000	32,800,000	2,800,000	20,000,000	11,000,000	10,000,000

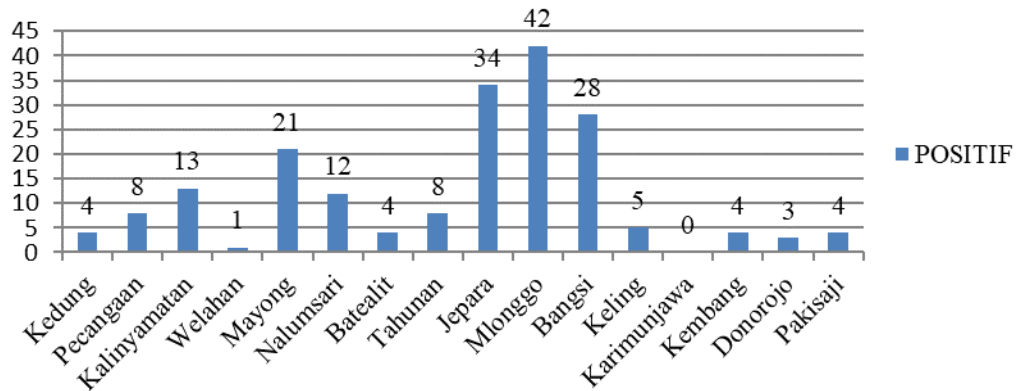
Sumber: hasil survei peneliti 2020

Berdasarkan pada uraian Tabel 1.1 di atas yang menunjukkan perkembangan tingkat pendapatan pengrajin rebana di Desa Troso, kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara yang berjumlah 5 obyek pengrajin rebana memiliki nilai rata-rata dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni tahun 2020. Dimana pada bulan

Januari yang mencapai perkembangan tingkat pendapatan dengan nilai tertinggi dicapai oleh Mahkota Rebana sebesar Rp. 123.100.000,00 dan nilai terendah dicapai oleh Hj. Mukhoyanah sebesar Rp. 14.250.000,00. Untuk bulan Februari perkembangan tingkat pendapatan dengan nilai tertinggi dicapai oleh Mahkota Rebana sebesar Rp.125.200.000,00 dan nilai terendah dicapai Hj. Mukhoyanah sebesar Rp.14.000.000,00. Selanjutnya pada bulan Maret Mahkota Rebana masih menjadi pengrajin rebana dengan pendapatan tertinggi dengan mencapai nilai perkembangan tertinggi sebesar Rp.119.340.000,00 dan untuk nilai perkembangan terendah dicapai oleh Al Hafiz sebesar Rp.9.800.000,00.

Perkembangan tingkat pendapatan pada bulan April sampai bulan Juni keseluruhan terjadi penurunan yang sangat signifikan. Adanya penurunan pendapatan dari para pemilik usaha kerajinan rebana disebabkan adanya pandemi covid-19 yang dimana adanya pandemi ini banyak peraturan pemerintah yang harus diterapkan oleh warganya yang berdampak pada melemahnya ekonomi dari setiap usaha yang ada di Kabupaten Jepara. Berikut data perkembangan penyebaran pandemi Covid-19 di Kota Jepara dari Tanggal 23 April 2020.

**Data Perkembangan Penyebaran Covid -19 Kota Jepara Dari
Tanggal 23 April 2020**



Sumber : (<https://corona.jepara.go.id/>)

Gambar 1.1 Data Perkembangan Penyebaran Covid-19 Kota Jepara Tanggal 23
April 2020

Fenomena yang terjadi berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa terjadinya penyebaran pandemi covid-19 yang sangat tinggi. Data di input mulai tanggal 23 April 2020 bahwa hampir di semua daerah di Kota Jepara terjadi kasus penyebaran pandemi covid-19 dengan jumlah positif terjangkit virus ini sebanyak 191 orang dan menyebar secara merata di seluruh daerah Kabupaten Jepara. wabah pandemi covid-19 yang menyebar di daerah Kabupaten Jepara menyebabkan pemerintah harus memberlakukan kebijakan *pysical distancing* yang berakibat pada turunya pendapatan dari kerajinan rebana. Menurut Kamar Dagang dan Industri Indonesia dalam Kartiko (2020) menyatakan bahwa pukulan tersebut juga dialami oleh turunan sektor pariwisata, perhotelan, restoran, transportasi, airlines dan dampak tersebut juga dialami oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dari 5 pemilik usaha kerajinan rebana yang ada di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara yang dibuat untuk tempat penelitian, adanya wabah pandemi covid-19 berdampak pada pendapatan pengrajin rebana yang dimana mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanda dan Farida, (2018) yang berjudul “Strategi Pengembangan Digital Entrepreneur di Kota Banjarmasin Dalam Menghadapi Era *Aseanchina Free Trade Agreement*” hasil penelitian secara parsial menjelaskan bahwa Strategi pengembangan pemasaran atau *digital marketing* yang baik dapat membuat para *entrepreneur* di Banjarmasin mampu menghadapi era ACFTA dan sukses dalam mengelola bisnis. Serta juga menurut hasil penelitian dari Kuswantoro dan Alfi, (2020) yang berjudul “Strategi Keuangan UMKM Cilacap Menghadapi Pandemi Covid 19 (Studi Kasus UMKM Kabupaten Cilacap)” hasil penelitian secara parsial menjelaskan bahwa penerapan strategi keuangan yang tepat akan adanya pandemi Covid-19 dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan umkm di Kabupaten Cilacap.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang di kemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Rebana dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara”**.

B. Identifikasi Masalah

Menurunnya pedapatan kerajinan rebana di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara akibat pandemi covid-19 yang di pengaruhi oleh faktor

1. Kurang maksimalnya strategi pemasaran pada saat pandemi covid 19
2. Kurang maksimalnya pengelolaan keuangan pada saat pandemi covid 19

C. Rumusan Masalah

1. Kenapa strategi pemasaran usaha kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19?
2. Kenapa strategi keuangan usaha kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19?

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi pemasaran usaha kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19.
2. Menganalisis strategi keuangan usaha kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan mata kuliah teori mikro dan mata kuliah kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM yang lainnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pengetahuan mengenai strategi bagaimana cara menghadapi pandemi covid-19 serta nantinya dapat di terapkan pada usaha yang dijalankan

b. Bagi pemilik usaha kerajinan rebana

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan acuan informasi oleh pengrajin rebana yang dapat berguna untuk pengembangan industri rebana dan meningkatkan pendapatan.

c. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat dijadikan oleh peneliti sebagai studi dan bahan acuan penelitian selanjutnya yang relevan untuk memperkaya temuan ilmiah dengan menggunakan variabel lain.

F. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENYELESAIAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Manfaat Penelitian
- F. Sistematika Skripsi

BAB II KAJIAN PUSTAKA

- A. Kajian pustaka
- B. Ladasan Teori

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Setting Penelitian
- C. Fokus Penelitian
- D. Sumber Data
- E. Teknik Dan Instrument Pengumpulan Data
- F. Keabsahan Data
- G. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Diskripsi Umum Objek Penelitian
- B. Hasil Penelitian dan Analisis Data

C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. Saran

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Hamid dan Susilo (2011) “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa berkaitan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya yaitu dengan pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung oleh semua *stake-holder*. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di Kabupaten/Kota di DIY. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti tentang strategi pengembangan suatu usaha. Perbedaan yaitu terdapat pada konsep penelitian terdahulu, yang membahas strategi pengembangan untuk seluruh UMKM yang ada di Provinsi DIY sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menjurus kepada strategi pengembangan usaha kerajinan rebana saja.

Azliani dkk. (2015) “Strategi Pemasaran dalam Pengembangan UMKM Berbasis Kerajinan untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi Kasus di Desa Kopo, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor)” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengembangan UMKM berbasis kerajinan untuk menghadapi ekonomi digital terdapat dua strategi yang menjadi strategi prioritas: (1) Pemilik UMKM menerapkan *e-commerce* agar dapat menjadi market leader, (2) Pemilik UMKM memberikan branding agar

muncul brand image terhadap produknya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada konsep penelitian yang membahas tentang strategi pengembangan suatu usaha yang berbasis kerajinan. Perbedaan yaitu penelitian terdahulu menggunakan fokus meneliti pengembangan UMKM dalam strategi pemasaran UMKM. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus penelitian pada strategi pemasaran dan strategi keuangan dalam pengembangan UMKM.

Wibowo, dkk (2015) “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran menunjukkan adanya peningkatan total penjualan dari tahun ke tahun dan dijadikan sebagai acuan efektifitas strategi pemasaran dalam persaingan antar perusahaan batik Diajeng Solo. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode yang digunakan yaitu penelitin deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaanya yaitu penelitian terdahulu fokus pada efektivitas strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada strategi pemasaran dan strategi keuangan untuk menghadapi keadaan pandemi covid-19.

Sabrina dkk. (2020) “Analisis Manajemen Keuangan pada Usaha Kecil Menengah Kacang Jaruk Hj. Ati Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah Kalimantan Selatan” dengan hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pelaku Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) Kacang Jaruk Hj. Ati terhadap pencatatan, pelaporan dan pengendalian keuangan terbilang masih

rendah. Karena keterbatasan waktu dan sumber daya manusia (SDM), dan kurangnya pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada subsansi yang di teliti mengenai manajemen keuangan dalam suatu usaha. Perbedaan yaitu penelitian terdahulu fokus pada strategi manajemen keuangan suatu usaha sedangkan penelitian yang aka dilakukan fokus pada pengembangan strategi pemasaran dan strategi keuangan suatu usaha.

Awali dan Rohmah (2020) “Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak Covid-19” dengan hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa implementasi e-marketing melalui marketplace yang dilakukan oleh para pengusaha UMKM sesuai prosedur selain itu e-marketing memberikan dampak positif ditengah pandemi Covid-19 pada ketahanan ekonomi UMKM di Kota Pekalongan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada fokus penelitian terdahulu fokus pada pemanfaatan e-marketing untuk keberlangsungan UMKM sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada strategi pemasaran dan strategi keuangan dalam pengembangan UMKM.

Syaiful dan Elihami (2020) “Penerapan Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Minuman Kamsia Boba Milik Abdullah Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Bangkalan” dengan hasil akhir dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pandemi ini menyebabkan penjualan

turun drastis dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Abdullah untuk manajemen pemasaran usaha minumannya secara bertahap bidang usaha miliknya mampu bertahan dan tetap efektif. Perbedaan yaitu penelitian terdahulu fokus hanya pada strategi pemasaran suatu usaha sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada strategi pemasaran dan strategi keuangan suatu usaha. persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitiannya.

Sulistiono dan Mulyana (2010) “Strategi Pengembangan Pemasaran UKM Pengrajin Sepatu Sandal” dengan hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa Peningkatan kreatifitas dalam pembuatan sepatu sandal menjadi sangat diperlukan sehingga model sepatu sandal yang diproduksi lebih bervariasi. Keanekaragaman produk menjadi salah satu strategi dalam memikat minat dari para konsumen, sehingga diperoleh peningkatan omzet penjualan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti strategi pemasaran dari suatu UMKM. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode survey sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Supriono (2017) “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pegadaian (Persero) Cabang Syariah dalam Peningkatan Jumlah Nasabah” dengan hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi

pemasaran produk tabungan emas dari deferensiasi dalam memberi pelayanan dan informasi cukup memuaskan untuk sasaran produk tabungan emas. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode peneliian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian menggunakan fokus penelitian hanya pada strategi pemasaran suatu usaha saja sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan fokus penelitian pengembangan strategi pemasaran dan strategi keuangan suatu uasaha.

Bonita (2013) “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik di Kota Semarang” dengan hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa melalui pinjaman modal dan pemasaran produk akan sangat membantu para pengusaha industri kecil kerajinan batik tersebut untuk lebih mengembangkan usaha mereka. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti tentang strategi pengembangan suatu usaha kerajinan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada fokus penelitian pada penelitian terdahulu, fokus penelitian pada strategi modal, tenaga kerja, pemasaran, teknologi dan bahan baku sedangkan penelitian yang akan di lakukan fokus pada pengembangan strategi pemasaran dan strategi keuangan.

Afridhal (2017) “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya

dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti strategi pengembangan suatu usaha. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada konsep yang digunakan membahas strategi yang tepat dalam mengembangkan suatu usaha sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih mengacu pada strategi pemasaran dan strategi keuangan.

Setyanto (2015) “Kajian Strategi Pengembangan UMKM melalui Media Sosial (Ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan)” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa media Sosial sebagai pengembangan bisnis nya sudah menjadi keharusan agar tidak tertinggal dengan para kompetitor di era ekonomi digital, dengan mempergunakan media sosial tersebut diharapkan mampu mengembangkan UMKM yang dimiliki oleh pengusaha batik Laweyan, tanpa meninggalkan kearifan lokal dari kampung batik Laweyan itu sendiri. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti strategi pengembangan dalam suatu usaha. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada konsep strategi pengembangan UMKM media sosial dan penelitian yang akan dilakukan lebih mengacu pada strategi pengembangan pemasaran dan keuangan dalam suatu usaha.

B. Landasan Teori

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa serta kemakmuran. Senada dengan pendapatnya Kuratko (2010: 21) dalam Djodjoko dan Tawas (2014) Kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan dan penciptaan yang mensyaratkan aplikasi energi dan semangat terhadap penciptaan dan implementasi dari ide baru dan solusi kreatif. Sedangkan menurut Zimmerer (1996: 51) dalam Saragih (2017) mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari.

Dari beberapa pengertian di atas tentang kewirausahaan dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu proses yang bersifat dinamis yang dimana untuk menciptakan sebuah nilai tambah dari suatu barang yang inovatif dan kreatif untuk memecahkan masalah dan menciptakan suatu peluang usaha dengan demikian usaha kerajinan rebana merupakan suatu usaha mata pencaharian yang sangat berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat dan dalam perkembangannya mampu membuat inovasi dan kreasi dari seni rebana yang mempunyai khas buatan Kabupaten Jepara.

2. Pengembangan Bisnis

Adanya pengembangan bisnis, harus didukung pada kemampuan pengusaha dan pengelolaan dalam usahanya setiap hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan artinya bahwa usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja. Senada dengan pendapatnya Anoraga (2017) pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Dengan demikian usaha kerajinan rebana yang ada di Kabupaten Jepara bahwa pemilik usaha memberikan suatu pengetahuan cara membuat rebana kepada karyawan baru maupun yang sudah lama dengan berbagai kreasi dan inovasi sehingga karyawan tersebut benar-benar bisa kerja dengan keterampilan yang mendukung.

Upaya pengembangan bisnis menurut Kartasmita (1996) dalam Hutomo (2015) Strategi pengembangan bisnis merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat

memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan bisnis kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Peningkatan akses kepada aset produktif, Pada usaha kerajinan rebana sumber modal masih dari pengusaha itu sendiri, penggunaan teknologi masih manual.
- b. Peningkatan akses pada pasar, pada usaha kerajinan rebana yang ada di Kabupaten Jepara akses penjualan dan pencarian bahan baku mudah didapat dengan adanya berbagai sentra bahan baku kayu dan pusat keramaian kota.
- c. Kewirausahaan, pada usaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara pemilik usaha mengajarkan kepada karyawan cara membuat produk rebana yang berkualitas.
- d. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Pada usaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara pasar yang dituju toko-toko alat musik rebana yang berada di berbagai kota.
- e. Kemitraan usaha yaitu pada usaha kerajinan rebana dalam hubungan kerjanya membuka reseller baru yang ada di berbagai kota di Indonesia.

Menurut Rangkuti (2009: 7) tipe-tipe strategi pengembangan bisnis, strategi dapat dikelompokkan menjadi 3 tipe strategi yaitu:

a. Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisisi, pengembangan pasar oleh pengusaha kerajinan rebana dengan menciptakan produk rebana dengan khas ukiran jepara, dengan harga yang terjangkau dan banyak bonusnya.

b. Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Pada usaha kerajinan rebana berinvestasi pada tanah yang digunakan untuk pembuatan kos-kosan didekat pabrik.

c. Strategi bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi- fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan pada usaha kerajinan rebana dilakukan dengan membuat pemasaran lewat reseller, pendistribusian barang lewat jasa eskpedisi.

Menurut Anoraga (2007) dalam Ridwan (2020) Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha yaitu

a. Kepemimpinan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan suatu usaha. Karena kepemimpinan merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Pada usaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara kepemimpinan langsung di pegang oleh pemilik usaha.

b. Permodalan

Kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Pada usaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara sumber modal dari bank dan modal sendiri.

c. Pembinaan

Faktor pembinaan sangat mempengaruhi terhadap pengembangan usaha. Pembinaan merupakan tuntutan, bantuan dan pertolongan kepada individu atau kelompok orang agar dapat menyesuaikan dirinya sebaik baiknya untuk mencapai kesejahteraan dan mempertahankan hidup untuk mencapai tingkat efektivitas tenaga kerja. Pada usaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara untuk karyawan di berikan pembinaan dalam bekerja misal bagaimana cara mengobati kulit.

d. Mitra kerja

Mitra kerja merupakan suatu bentuk kerja sama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Pada banyak pengusaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara bermitra dengan pengrajin rebana yang lain untuk memenuhi permintaan.

e. Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor yang menentukan dalam suatu usaha dengan tetap mempertahankan pelanggan bahkan meningkatkannya. Banyak pelanggan dari produk kerajinan rebana dari luar Kabupaten Jepara misal Kabupaten Semarang, kendal, Grobogan dan sekitarnya.

f. Lingkungan lokasi

Faktor pendukung lainnya adalah lokasi usaha yang terletak di tempat strategis yakni dekat para pelanggannya. Pada lokasi usaha kerajinan rebana lokasi berada di pinggiran jalan raya dan tidak sulit untuk di temukan.

g. Daya saing

Pada saat kualitas produksi cukup dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat dan cepat berubah. Pada usaha kerajinan rebana menawarkan kepada reseller dari berbagai toko dengan kualitas baik dan harga terjangkau.

h. Pemasaran

Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan khususnya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Pada usaha kerajinan rebana media pemasaran masih mengandalkan pengisian produk di toko.

i. Sumber Daya Manusia

Keadaan sumber daya manusia pada pembahasan ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja (karyawan), dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motifasi, karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk. Pada usaha kerajinan rebana tenaga kerja baru belajar secara langsung dengan pemilik usaha.

3. Pemasaran

Menurut Rangkuti (2009: 48) dalam Arifah (2011) berpendapat pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial.

Dari pengaruh berbagai faktor tersebut, masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2008) dalam Zulkarnaen (2013) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan.

Dari berbagai pengertian pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah proses aktivitas-aktivitas sosial, ekonomi, budaya, politik dan manajerial dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang mempunyai nilai komoditas. Pada usaha kerajinan rebana menawarkan produk yang berkualitas dan harga terjangkau.

Konsep pemasaran mempunyai tujuan akhir. Tujuan akhir dari konsep pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Dalam suatu organisasi bisnis tujuan utamanya adalah laba. Sedangkan untuk organisasi publik, tujuannya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial.

Bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi dan konsumen. Model bauran pemasaran menekankan pada berbagai faktor yang kemudian dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, harga, tempat, promosi (*product, price, place* dan *promotion*). Seiring dengan perkembangan zaman, jumlahnya meluas hingga tujuh yaitu, produk, harga, promosi tempat, orang, proses dan bukti fisik. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2008 dalam Zulkarnaen, 2013).

Berdasarkan penjelasan tersebut mengenai bauran pemasaran, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran memiliki elemen-elemen yang sangat berpengaruh dalam penjualan karena elemen tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Selanjutnya, produk dalam arti luas meliputi objek-objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini.

Dari uraian diatas yang menjabarkan tentang produk, dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala kombinasi barang atau jasa yang di tawarkan oleh produsen atau penjual untuk diperhatikan, dicari dan dibeli dan atau digunakan untuk kebutuhan atau keinginan pasaryang bersangkutan. Produk yang dijual oleh para pengrajin rebana yaitu alat musik rebana semacam terbang, genjur (Bas), darbuka, keprak, tam, dan marawis.

Keputusan yang berhubungan dengan pengembangan dan pemasaran produk individual terdiri dari:

1) Atribut produk

Atribut produk memberi manfaat untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen, seperti:

a. Jenis produk

Berdasarkan kriteria ini, barang konsumen dapat dibedakan menjadi beberapa macam , yakni :

(1) *Convenience Goods* ialah barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi atau sering dibeli, dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Sebagai contoh yaitu sampo, pasta gigi dan sabun. *Convenience Goods* dikelompokkan dalam tiga jenis yaitu :

(a) *Staples* merupakan barang yang dibeli oleh konsumen secara regular atau rutin, misalnya sampo dan sabun mandi

(b) *Impulse Goods* adalah barang yang dibeli tanpa adanya perencanaan ataupun usaha-usaha mencarinya. Biasanya *impulse goods* tersedia dan dipajang diberbagai tempat yang tersebar, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot mencarinya. Sebagai contoh permen, majalah dan coklat.

(c) *Emergency goods* ialah barang yang dibeli apabila suatu kebutuhan dirasa sangat mendesak oleh konsumen. Misalnya jas hujan dan payung pada saat musim hujan.

- b. Kualitas produk, berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Produk yang diberikan memiliki karakteristik yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen. kualitas produk berhubungan bahan baku kayu, kulit, kempyeng dan penggunaan cat.
- c. Fitur produk, perusahaan memiliki karakteristik tersendiri yang dapat bersaing dengan produk lainnya. Produk rebana jepara mempunyai banyak model yaitu motif, ukiran dan polos.
- d. Desain produk, perusahaan harus memiliki produk dengan gaya dan desain yang menarik. Gaya dan desain

dari produk rebana Jepara yaitu bahan, warna, daya tahan kemampuan untuk memperbaiki.

2) Strategi penetapan merek

Merek merupakan tanda yang menjadi ciri khas yang dimiliki perusahaan. Manfaat merek bagi perusahaan adalah sebagai alat untuk mengiklankan produk, melindungi hak cipta, dan membantu membina citra perusahaan dengan membawa nama perusahaan. Manfaat merek bagi konsumen, yaitu membedakan produk tanpa harus memeriksa secara teliti dan konsumen mendapat informasi tentang produk. Dalam strategi penetapan merek melibatkan beberapa strategi yaitu *positioning* merek, pemilihan nama merek dan pengembangan merek. Penempatan merek dilakukan oleh pengrajin rebana di badan produk rebana.

3) Kemasan (*Packaging*)

kemasan merupakan wadah atau alat untuk menjaga produk agar tetap dalam keadaan baik hingga ke konsumen. Kemasan terdiri dari: Kemasan dasar (*Primary Package*), Kemasan tambahan (*Secondary Package*), Kemasan pengiriman (*Shipping Package*). Produk rebana untuk pengiriman jauh menggunakan kemasan kardus agar tetap aman dalam perjalanan.

4) Pelebelan

label adalah bagian dari barang yang berisi keterangan tentang produk tersebut. Fungsi label, yaitu mengidentifikasi produk atau merek, menggolongkan produk, menjelaskan beberapa hal mengenai produk, alat promosi. Pelebelan yang digunakan yaitu dengan stempel tinta biru yang ditempatkan di kulit rebana.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu bagian dari *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi, distribusi, sarana fisik, proses dan orang. Dalam bayangan orang-orang harga merupakan uang yang dibayarkan atas suatu barang atau jasa yang diterima. Daftar harga memang sering menjadi perhatian saat membeli barang atau jasa. Namun yang dinamakan harga adalah lebih luas dari sekedar daftar harga. Menurut Kotler dan Keller (2015) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang yang dapat memberikan hasil yang memuaskan, sehingga dapat dikatakan bahwa penjualan total

perusahaan akan berbeda pada tingkat yang memuaskan diukur dalam nilai uang sehingga dapat menciptakan pelanggan yang setia. Harga yang ditawarkan oleh pengrajin rebana sangat bervariasi.

1) Daftar harga

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam sebuah permintaan barang atau jasa itu sendiri dipasaran. Hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli sebuah produk atau jasa adalah harga. Apabila konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan dan harga yang ditawarkan sebanding dengan hasil yang didapatkan dalam sebuah produk atau jasa, maka konsumen akan cenderung memutuskan untuk melakukan pembelian serta terdapat kemungkinan jika konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang. Menurut Kotler dan Keller (2015: 52) indikator yang digunakan untuk mengukur harga yaitu: keterjangkauan harga produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga produk.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan

kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya.

3) Persaingan harga

Aspek persaingan adalah salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian yang intensif dari pihak penting diperusahaan mengenai keputusan dalam penetapan harga. Ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh terhadap persaingan suatu industri , yaitu: (a) persaingan dengan industri yang bersangkutan, (b) produk substitusi, (c) pelanggan, (d) pemasok, (e) ancaman pendatang baru.

4) Pemberian potongan harga

Kotler dan Keller (2015:103) mengatakan bahwa “Perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya dan memberikan harga diskon, potongan harga (*Discounts And Allowances*) untuk pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar musim”. Sedangkan menurut Tjiptono (2008: 166) “Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual”.

Menurut Kotler dan Keller (2015:104) jenis-jenis diskon terbagi menjadi tiga, yaitu : diskon tunai, potongan harga bagi pembeli yang membayar langsung, diskon musim,

potongan harga yang melakukan pembelian diluar musim atau di hari besar, potongan harga, potongan harga yang diberikan kepada konsumen dari harga resmi yang tertera.

5) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam suatu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

6) Periode pembayaran

Periode pembayaran adalah cicilan sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli biasanya berhubungan dengan kredit. Secara umum periode pembayaran di bagi dalam tiga bagian yaitu: jangka pendek, jangka menengah, jangka panjang.

c. Promosi (*Promotion*)

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:432), Bauran Promosi atau disebut juga dengan *marketing communications mix* adalah suatu perpaduan dari alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan dengan konsumen. Promosi periklanan melalui merk produk yang menempel di produk rebana, papan baliho, kartu nama, *story* whatshap dan dibagikan di group

facebook. Menurut Kotler dan Keller (2012:202) di jalaskan bahwa bauran promosi memiliki 5 unsur, yaitu : Periklanan (*Advertising*)

1) Periklanan (*advertising*)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Iklan adalah setiap bentuk presentasi yang bukan dilakukan orang dan berupa promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor yang telah ditentukan.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Sales Promotion adalah berbagai jenis insentif jangka pendek untuk mendorong orang mencoba atau membeli produk atau jasa. Para pengrajin menggunakan brosur dan kartu nama untuk promosi penjualan dalam menginformasikan diskon.

3) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), *Direct Marketing* adalah penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail, atau internet, untuk berkomunikasi langsung atau meminta tanggapan atau berdialog dengan pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

4) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Personal Selling adalah interaksi tatap muka dengan satu atau beberapa calon

pembeli dengan maksud untuk melakukan persentasi, menjawab pertanyaan, dan memperoleh pesanan.

5) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Menurut Kotler dan Keller (2012:204), Public Relations adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau masing-masing produknya.

d. Tempat (*Place*)

Dalam perekonomian seperti sekarang ini, produsen sudah tidak langsung menjual hasil produksinya kepada konsumen, akan tetapi dalam mengembangkan pangsa pasar, produsen banyak melalui berbagai tahapan perantara untuk memasarkan hasil produksinya (Budiwati, 2012). Beberapa perantara seperti pedagang besar dan pengecer yang membeli dan menjual kembali barang dagangannya disebut sebagai pedagang perantara.

a) Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah jejak perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir. Kebanyakan produsen bekerja sama dengan perantara pemasaran untuk menyalurkan produk-produk mereka ke pasar. Untuk mencapai pasar sasaran pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran antara lain: saluran komunikasi, saluran distribusi, saluran layanan. Saluran komunikasi dilakukan

dengan menyebar brosur dan kartu nama, kemudian saluran distribusi dilakukan dengan produsen dijual ke reseller dan toko-toko kemudian ke konsumen akhir sedangkan saluran layanan menggunakan jasa pengiriman barang.

b) Cakupan Pasar

Cakupan pasar bisa disebut juga pangsa pasar. Menurut Kotler dan Keller (2009), menyatakan bahwa pangsa pasar (*market share*) adalah besarnya bagian pasar yang dimiliki pesaing di pasar yang relevan. Adapun strategi cakupan pasar dalam kelompok strategi ini berhubungan dengan lingkup ataupun cakupan dari sebuah pasar yang dapat dilayani. Dalam strategi cakupan pasar ini terdapat tiga strategi diantaranya, strategi pasar tunggal, strategi multi pasar dan strategi pasar keseluruhan.

c) Transportasi

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Ada 5 unsur pokok dasar transportasi, yaitu: 1) Manusia, yang membutuhkan transportasi. 2)Barang yang diperlukan manusia. 3) Kendaraan, sebagai sarana transportasi. 4) Jalan,

sebagai prasarana, 5) transportasi sebagai sarana pengiriman barang.

e. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Lingkungan fisik (*Physical Evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan layout yang nampak sebagai objek.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler, (2006) dalam Andriyani dan Desi (2017) *Physical evidence* merupakan lingkungan dimana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (*tangible*) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan). Sarana prasarana dan suasana di tempat pengrajin untuk ruangan produksi kurang bersih.

f. Orang (*People*)

Menurut Zeithaml and Bitner oleh Hurryanti (2005) dalam Andriyani dan Desi (2017) pengertian *people* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain

dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*). People dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan, dan merupakan faktor yang memegang peranan penting bagi semua semua organisasi. Oleh perusahaan jasa unsur people ini bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Pengrajin rebana dalam pembagian kerja sesuai keahlian dari karywan.

g. Proses (*Process*)

Proses berhubungan dengan kegiatan yang menggerakkan aktivitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Aktivitas kerja merupakan proses melibatkan prosedur, jadwal, tugas mekanisme, aktivitas serta rutinitas. Proses yang dipahami oleh konsumen dan sesuai dengan yang dijanjikan akan turut menentukan kepuasan pelanggan. Pendapat Zeithmal dan Bitner yang dikutip oleh Ratih Hururiyati (Hururiyati, 2010) bahwa proses adalah seluruh prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk. Elemen proses ini memiliki arti yaitu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitas untuk memenuhi

kebutuhan pelanggan atau konsumen (Faitihudin and Firmansyah 2019: 191)

4. Manajemen Keuangan (Pengelolaan Keuangan)

Manajemen adalah gabungan ilmu dan seni yang merupakan sekumpulan proses tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pimpinan, serta pengendalian atas penggunaan sumber-sumber daya organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga bermanfaat bagi manusia. Manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) menurut Horne dalam Kasmir (2010) adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh.

Sedangkan Menurut Handoko (2011) manajemen atau pengelolaan adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan dan kepemimpinan serta pengawasan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah salah satu fungsi yang penting dalam suatu usaha yang seluruh aktivitas usaha yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan dana yang berhubungan dengan kegiatan usaha yang berpengaruh terhadap tujuan usaha. Pada usaha kerajinan rebana di Kabupaten Jepara sistem pengelolaan

keuangan masih belum optimal dan belum sesuai standard pengelolaan keuangan.

Menurut Hartati (2013) menjelaskan bahwa fungsi dari manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) adalah:

- 1) Kegiatan mencari dana (*obtain of fund*) yang ditujukan untuk keputusan investasi yang menghasilkan laba. Pemilik usaha mencari dana pinjaman ke bank dan modal sendiri.
- 2) Kegiatan mengalokasikan dana (*allocation of fund*), kegiatan ini ditujukan untuk mengelola penggunaan dana dalam kegiatan perusahaan. Pengalokasian dana dipergunakan keseluruhan untuk pengembangan usaha kerajinn rebana.

Tujuan dilakukannya pengelolaan keuangan (manajemen keuangan) untuk mencapai efisiensi dan efektivitas keuangan. Pengelolaan keuangan yang efisien berarti dapat dilihat dari kemampuan untuk memaksimalkan input dan output, dalam keuangan berarti pemasukan dan pengeluaran uang. Pengelolaan keuangan yang efektif berarti sampai sejauh mana perusahaan mampu mencapai tujuan yang menjadi target perusahaan. Menurut hasil penelitian Agustinus (2014), dalam melaksanakan semua program dengan tepat dan penggunaan keuangan yang tepat juga maka akan tercapai pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien.

Proses pengelolaan keuangan merupakan fondasi keuangan, dapat memberikan gambaran kesehatan keuangan perusahaan baik saat

ini maupun dimasa lalu, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi para manajer perusahaan. Terdapat empat kerangka dasar pengelolaan:

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. kegiatan perencanaan pada keuangan, salah satunya adalah merumuskan sasaran keuangan tahunan dan jangka panjang, serta anggaran keuangan. Penyusunan anggaran merupakan proses untuk membantu melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian yang efektif. Anggaran merupakan suatu rencana yang dibuat oleh perusahaan dan dinyatakan dalam bentuk moneter (Adisaputro dan Anggarini, 2011).

Secara umum perencanaan keuangan dibagi menjadi dua yaitu:

1) Perencanaan keuangan jangka pendek

Perencanaan keuangan pada umumnya berdimensi satu tahun lamanya. Tujuan utama seringkali untuk menjaga likuiditas perusahaan. Alat yang seringkali digunakan adalah dengan menyusun anggaran kas. Anggaran kas merupakan taksiran tentang kas masuk dan kas keluar pada periode waktu tertentu.

Perencanaan keuangan dan kontrol termasuk tujuan keuangan dan target, analisis biaya –volume –profit, harga, penganggaran keuangan dan control dan pusat-pusat tanggung jawab manajerial. Perusahaan biasanya mempersiapkan beragam rencana dan anggaran. Beberapa diantaranya termasuk rencana penjualan, rencana produksi, rencana biaya dan anggaran biaya dan laporan laba rugi dianggarkan dan neraca. Anggaran ini sangat penting untuk mengantisipasi masa depan dimuka.

2) Perencanaan keuangan jangka panjang

Posisi keuangan dimasa yang akan datang sangat perlu diketahui oleh semua perusahaan. Seperti setiap melakukan keputusan strategis tertentu (melakukan investasi modal). Perencanaan keuangan jangka panjang dengan menggunakan model-model keuangan tertentu perusahaan bisa memperkirakan posisi keuangannya apabila suatu keputusan keuangan diambil.

Anggaran sebagai alat pencapai tujuan perusahaan, yaitu dalam rangka dalam memperoleh laba. Jenis-jenis anggaran penganggaran komprehensif adalah: anggaran produksi, anggaran penjualan, anggaran modal dan anggaran laba.

Para pemilik usaha kerajinan rebana dalam merencanakan keuangan di pergunakan untuk pengembangan usaha, investasi jangka panjang kos-kosan dan kebutuhan keluarga.

b. Pencatatan

Pencatatan merupakan kegiatan mencatat transaksi keuangan yang telah terjadi, penulisannya secara kronologis dan sistematis. Pencatatan sendiri digunakan sebagai penanda bahwa telah terjadi transaksi yang terjadi pada periode yang ditentukan dalam organisasi. Penyusunan pencatatan diawali dari pengumpulan dokumen yang mendukung terjadinya transaksi. Dalam pencatatan pemilik usaha haynya mencatat pesanan, dan pengeluaran pembelian bahan baku.

c. Pelaporan

Pelaporan merupakan langkah selanjutnya setelah selesai memosting ke buku besar, dan buku besar pembantu. Postingan dalam buku besar dan buku besar pembantu akan ditutup pada akhir bulan, setelah itu akan dipindahkan ke ikhtisar laporan keuangan sebagai dasar penyusunan laporan keuangan. Tidak ada pelaporan catatan keuangan. Karena pengelolaan keuangan di lakukan oleh pemilik usaha rebana itu sendiri.

d. Pengendalian

Pengendalian merupakan proses mengukur dan mengevaluasi kinerja aktual dari setiap bagian organisasi, apabila diperlukan akan dilakukan perbaikan. Pengendalian dilakukan untuk menjamin bahwa perusahaan atau organisasi mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pengendalian usaha kerajinan rebana ini langsung pemilik usaha seperti kekurangan tenaga, bahan baku dan ada peralatan yang rusak langsung di tangani oleh pemilik usaha.

5. Industri Kecil

Industri kecil merupakan industri yang tergolong dalam batasan Usaha Kecil, yang menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 1 miliar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp.200 juta (Sudisman,et al:1996:5 dalam Kuncoro 2010:365). Menurut Tambunan (1999:20) dalam Arifah (2011) industri kecil adalah kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjaanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Salah Industri kecil yang berada di Kabupaten Jepara yaitu kerajinan rebana. Industri kecil yang merupakan termasuk sumber mata pencaharian masyarakat lingkungan

Kecamatan Pecangaan sekaligus motor penggerak perekonomian.

Karakteristik industri kecil disebutkan antara lain sebagai berikut:

- 1) Proses produksi lebih *mechanized* dan kegiatannya dilakukan di tempat khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi di samping rumah dari pengusaha atau pemilik usaha. Banyak tempat produksi usaha kerajinan rebana berada di belakang rumah, depan rumah ataupun samping rumah.
- 2) Sebagian tenaga kerja yang bekerja di industri kecil adalah pekerja bayaran (*wage labour*). Pada usaha kerajinan rebana karyawan mulai dari anggota keluarga sendiri, tetangga, teman dan orang dari luar kota.
- 3) Produk yang dibuat termasuk golongan barang-barang yang cukup *sophisticated*. Produk tergolong dalam jenis alat musik tradisional.

Usaha kecil sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Usaha kecil yang dimaksud meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal merupakan berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan berbadan hukum antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima dan pemulung. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan

alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun dan atau yang berkaitan dengan seni dan budaya.

Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha yang memiliki kriteria yaitu mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (Satu Milyar Rupiah), milik warga negara Indonesia, serta berbentuk usaha perorangan, badan usaha tidak berbadan hukum atau berbadan hukum, termasuk koperasi.

6. Industri Kerajinan Rebana

Kesenian rebana merupakan salah satu kesenian yang telah tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak beberapa abad yang lalu. Diperkirakan kesenian rebana masuk ke Indonesia sejak abad ke 13 bersamaan dengan penyebaran agama Islam di Indonesia. Kesenian rebana tumbuh, berkembang serta merupakan bagian dari kehidupan masyarakat di nusantara. Di beberapa daerah kesenian rebana dikenal dengan istilah kesenian hadroh atau kesenian terbang.

Rebana sebagai salah satu media dakwah, aktifitas kesenian rebana hadir dari berbagai kegiatan kelompok pengajian, kegiatan peringatan hari besar islam, tasyakuran, walimatul Urusy, Walimatul Khitan, Walimatul Hamli, maupun perayaan yang lain. Fenomena kesenian rebana pada akhir tahun 2000-an ini banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor

internal yang ada di Jawa Tengah dikarenakan sebagian besar anggota masyarakatnya menganut agama Islam yang kuat di samping ada sebagian yang tergolong sebagai Islam abangan. Faktor eksternal banyak dipengaruhi baik dari faktor politik maupun masuknya budaya baru baik melalui proses akulturasi, adisi, inovasi maupun sinkretisme.

Rebana adalah alat musik yang cara memainkannya dengan cara dipukul menggunakan tangan maupun jari jemari tangan. Kemudian pengertian lain dari rebana adalah sejenis gendang/kendang yang berbentuk bundar dan pipih yang menjadi ciri khas alat musik melayu. Pada umumnya rebana digunakan untuk mengiri musik seperti musik kosidah dan hadroh. Rebana juga termasuk dalam keluarga perkusi karena cara memainkannya dipukul seperti perkusi-perkusi lainnya.

Menurut Banoe dalam Hasmi (2014: 1), mendefinisikan rebana sebagai alat musik tradisional berupa kendang satu sisi dengan badan tidak rendah sesuai dengan gengaman tangan, termasuk dalam keluarga frame-drum sejenis tambourin, baik dengan kerucikan atau tanpa kerucikan". Alat musik rebana dapat mengeluarkan berbagai macam bunyi meskipun bentuknya sederhana. Alat musik rebana dapat mengeluarkan enam macam bunyi, diantaranya: suara tinggi bergema, suara tinggi tidak bergema, suara sedang bergema, suara sedang tidak bergema, suara rendah bergema, dan suara rendah tidak bergema.

Perbedaan cara memukul pada bagian rebana lah yang menimbulkan enam karakter bunyi tersebut.

Pada perkembangannya usaha kerajinan rebana di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dari berbagai daerah di Indonesia seperti Kabupaten Demak, Kudus, Brebes, Magelang, Gresik dan Jepara mempunyai sebuah ciri khas kerajinan rebana tersendiri. Kerajinan rebana di Kabupaten Jepara khususnya di Desa Troso Kecamatan Pecangaan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini di tandai dengan adanya banyak pengrajin baru yang mulai aktif. Hal tersebut sangat baik dimana usaha ini merupakan suatu potensi untuk di kembangkan agar menjadikan pendapatan perdaeah semakin meningkat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran seseorang secara individual maupun kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang dapat mengarah pada penyimpulan (Sukmadinata, 2015:60).

Jenis penelitian ini berbentuk penelitian kasuistik, yaitu suatu pendekatan untuk meneliti fenomena sosial melalui analisis kasus individual secara lengkap dan teliti, serta memberikan suatu analisis yang intensif dari banyak rincian khusus yang sering terlewatkan oleh metode penelitian lain. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara karena bertujuan untuk menggali fakta tentang Strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kabupaten Jepara.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di usaha kerajinan rebana yang berada di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara. Dengan obyek penelitian diarahkan pada strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kabupaten Jepara. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2016: 216), subyek penelitian adalah orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi tersebut yaitu pemilik usaha kerajinan rebana, karyawan dan konsumen dari usaha kerajinan rebana.

Waktu penelitian dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu tahap persiapan dengan menentukan tempat, pelaku, tahap pengumpulan data mencakup observasi, wawancara. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dari bulan April– Mei 2021.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang diuraikan diatas maka penelitian ini fokus pada Strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

D. Sumber Data

Data penelitian berupa data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2016: 225), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti, dan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung kepada 3 pemilik usaha kerajinan rebana (bapak Fadlan, bapak Rukin dan ibu Mukhoyanah) dan 3

konsumen (Dimas, Adi dan Bagus) usaha kerajinan rebana di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara. Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen atau literatur artikel dan juga jurnal serta data kondisi umum seperti data pembelian bahan baku, data transaksi jual beli alat rebana, data penjualan, daftar harga usaha kerajinan rebana di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara.

E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono 2016: 224). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, ada juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2016: 137). Dalam pengumpulan data penelitian ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Dimana peneliti menyiapkan instrumen penelitian yang digunakan sebagai pedoman wawancara. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai

strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan terhadap tiga pihak yaitu pemilik usaha, karyawan dan konsumen kerajinan rebana yang ada di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara.

2. Instrument pengumpulan data

Tabel 3.1 Pedoman Wawancara

Fokus penelitian	Sub fokus penelitian	Indikator	Informan	Metode
Strategi Pemasaran Kotler dan Amstrong (2008), Hezer (2006)	1.) Produk (<i>Product</i>)	1) Atribut produk <ul style="list-style-type: none"> - Jenis produk - Fitur produk - Desain produk - Kualitas produk 2) Kemasan (<i>Packaging</i>) <ul style="list-style-type: none"> - Bahan kemasan yang dipakai - Desain kemasan 3) Pelabelan <ul style="list-style-type: none"> - Bentuk label - Jenis label 	1) FD 2) RU 3) MU	1. Wawancara

	<p>2. Harga <i>(Price)</i></p>	<p>1) Daftar harga</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingkatan harga - Keterjangkauan harga - Persaingan harga - Kesesuaian dengan kualitas produk <p>2) Potongan harga</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potongan harga khusus - Diskon tunai - Diskon musiman <p>3) Cara pembayaran</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan pembayaran 	<p>1) FD</p> <p>2) RU</p> <p>3) MU</p> <p>4) DI</p> <p>5) BA</p> <p>6) AD</p>	
	<p>3. Promosi <i>(Promotion)</i></p>	<p>1) Periklanan</p> <p>2) Promosi penjualan</p> <p>3) Pemasaran langsung</p>	<p>1) FD</p> <p>2) RU</p> <p>3) MU</p>	

	4. Tempat <i>(Place)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Lokasi <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi strategis 2) Pendistribusian <ul style="list-style-type: none"> - Langsung ke konsumen - Resaller atau Supplier 3) Transportasi <ul style="list-style-type: none"> - Kendaraan - Jalan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) FD 2) RU 3) MU 	
	5. Bukti fisik <i>(Physical Evidence)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Suasana <ul style="list-style-type: none"> - Tata letak 2) Sarana dan prasarana <ul style="list-style-type: none"> - Tampilan tempat - Kebersihan ruangan - Kenyamanan ruangan - Tempat parkir memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 1) FD 2) RU 3) MU 	
	6. Orang <i>(People)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sumber daya manusia 	<ol style="list-style-type: none"> 1) FD 2) RU 	

		<ul style="list-style-type: none"> - Pembagian kerja - Rekrutmen karyawan - Pengehargaan - Pelatihan pengembangan - Kesejahteraan karyawan 	3) MU	
	7. Proses (<i>Process</i>)	1) Peralatan <ul style="list-style-type: none"> - Peralatan produksi 2) Pesanan <ul style="list-style-type: none"> - Menerima pesanan 3) Pengolahan <ul style="list-style-type: none"> - Alur produksi 4) Pelayanan <ul style="list-style-type: none"> - kompetensi kerja - pelayanan konsumen 	1) FD 2) RU 3) MU	
Strategi	1. Perencanaan	Perencanaan	1) FD	

keuangan Kuswadi (2005)		<ul style="list-style-type: none"> - Merumuskan sasaran keuangan - Penyusunan anggaran keuangan 	2) RU 3) MU	
	2. Pencatatan	Pencatatan <ul style="list-style-type: none"> - Menulis transaksi - Mencatat dalam buku besar 	1) FD 2) RU 3) MU	
	3. Pelaporan	Pelaporan <ul style="list-style-type: none"> - Laporan arus kas - Laporan laba rugi - Laporan posisi keuangan/neraca 	1) FD 2) RU 3) MU	
	4. Pengendalian	Pengendalian <ul style="list-style-type: none"> - Pengendalian awal - Pengendalian berjalan 	1) FD 2) RU 3) MU	

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (*validitas*) dan keandalan (*reliabilitas*) menurut versi “*positivism*” dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik

keabsahan data triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

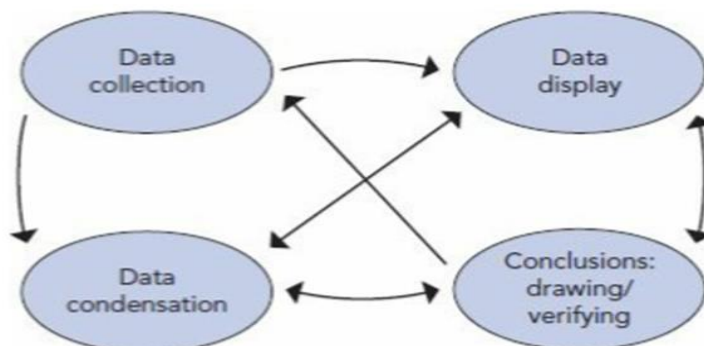
Pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Alasannya adalah peneliti dapat membandingkan antara hasil wawancara narasumber atau informan satu dengan narasumber atau informan yang lain bagaimana strategi pemasaran dan strategi keuangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi covid-19 di Kabupaten Jepara. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui kesamaan data hasil wawancara yang diperoleh dinyatakan valid.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, angket dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2016: 244).

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2016: 246), menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Alur kegiatan dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

Gambar 3. 1



Gambar 1. Alur Analisis Data

Sumber : Miles, M. B dan Hubermen, A. M (2014)

a. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data.

b. Kondensasi Data

Kondensasi data, yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada dilapangan., langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Penyajian data diperoleh berbagai jenis, jaringan kerja, keterkaitan kegiatan ataupun tabel.

d. Penarikan Kesimpulan

Dalam pengumpulan data, peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti langsung dilapangan sengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab akibat. Sebelum menarik kesimpulan, peneliti harus mencari polapertamaan dan sebagainya secara detail untuk kemudian dianalisis dan kemudian disimpulkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Diskripsi umum objek penelitian

Secara administratif Desa Troso terletak di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Posisi Kabupaten Jepara ini terletak di bagian ujung utara pulau Jawa dengan batas-batasnya sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Kudus dan Pati, sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Demak, sedangkan sebelah barat dan utara berbatasan dengan laut Jawa, Desa Troso merupakan salah satu desa diantara 12 desa yang berada di wilayah Kecamatan Pecangaan, tepatnya terletak 2 kilo meter dari pusat Kecamatan Pecangaan atau 15 kilo meter dari kota Jepara, 56 kilo meter dari kota Semarang dan 656 kilo meter dari kota Jakarta. Kondisi tanah di desa Troso berbukit dengan ketinggian yang bervariasi antara 15-50 meter diatas permukaan air laut. Desa Troso terdiri dari sawah irigasi 63 hektar, tanah ladang 13 hektar, tanah pemukiman 635,49 hektar, tanah kas desa 1,2 hektar, tanah lapangan 0,7 hektar dan tanah perkantoran pemerintahan 300 meter. Desa Troso merupakan Desa yang berada dalam wilayah pemerintahan Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara: Desa Ngabul Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara.
2. Sebelah Timur: Desa Pecangaan Kulon Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

3. Sebelah Barat: Desa Ngeling Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.
4. Sebelah selatan: Desa Karang Randu Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

Usaha kerajinan rebana terletak di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara. Saat ini tercatat ada 5 pengrajin rebana yang tersebar di Desa Troso yaitu Mahkota Rebana, H. Mukhoyyanah, Al Wakiah, Haji Muhsin dan Al Hafizh. Usaha kerajinan rebana ini sudah ada dari sejak tahun 1960 yaitu berawal dari seorang bapak H. Muhsin yang pada waktu itu berprofesi sebagai tukang kayu mebel yang kemudian beralih menjadi pengrajin rebana. Saat itu dari banyaknya tukang kayu mebel yang ada di Desa Troso membuat bapak H. Muhsin untuk membanting stir usahanya dari tukang kayu mebel menjadi usaha kerajinan rebana.

Awal pertama merintis usaha tersebut bapak H. Muhsin memproduksi rebana mulai dari tahap pembubutan kayu sampai finishing produk dilakukan sendiri yang dibantu oleh istri dan anak-anaknya yang sebagai karyawan saat itu. Adapaun sistem pemasaran masih keliling desa atau melalui mulut ke mulut. Dari perkembangannya usaha kerajinan rebana mulai di kenal masyarakat dan mulai terkenal di berbagai wilayah Jepara. Bapak H. Muhsin yang selaku pengusaha tunggal kerajinan rebana tidak bisa memenuhi permintaan pesanan akhirnya merekrut karyawan dari tetangganya untuk membantunya membuat kerajinan rebana. Berkembangnya usaha kerajinan rebana akhirnya muncul pengusaha-pengusaha baru yang bergerak di kerajinan rebana yang di Desa Troso tersebut.

B. Hasil Penelitian dan Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara dengan instrumen yang telah ada, observasi lapangan, dan dokumentasi yang dilakukan di usaha kerajinan rebana, yang bersumber dari pemilik usaha kerajinan rebana. Dalam penelitian yang dilakukan diperoleh hasil penelitian di usaha kerajinan rebana berupa strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Hasil penelitian tersebut mengenai strategi pemasaran dan strategi keuangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi covid-19.

1. Strategi Pemasaran Usaha Kerajinan Rebana Pecangaan Jepara

a. Hasil Penelitian

Hasil wawancara dengan informan pemilik usaha kerajinan rebana yang menjadi narasumber meliputi: a) produk, b) harga, c) promosi, d) tempat, e) bukti fisik, f) orang, g) proses. Dalam strategi pengembangan usaha kerajinan rebana yang disajikan lebih mendalam mengenai strategi pemasaran usaha kerajinan rebana, diperoleh hasil wawancara yang disajikan dalam bentuk kutipan menunjukkan sebagai berikut:

1) Produk (*Product*)

a) Atribut produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai atribut produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: "*Produk yang dihasilkan pada*

umunya terbang, bas, keprak, tam, darbuka kayu dan tiplak. Ciri khas produk saya ada warna polos, motif, dan ukiran khas Jepara. Ukiran bisa sesuai pesanan. Model dibuat ada rebana habsynan, rebana semarangan, dan rebana banjarinan. Kayu yang bapak gunakan biasanya kayu mahoni, dan kayu nangka. Kalau kulit menggunakan kulit kambing yang berbagian punggung tengah, soalnya kalau tidak bagian punggung tengah itu suaranya tidak keluar, suara dungnya tidak bisa nyaring. Bahan kencer menggunakan kencer kuningan. Kualitas suara tidak berisik dan enak didengar. Selama pandemi saya tetap produksi mas. tapi saya turunkan untuk target produk jadinya. Yang semula sehari bisa jadi 20 biji saya turunkan menjadi 10 biji”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai atribut produk yang disajikan dalam bentuk kutipan, hasil wawancara menunjukkan bahwa: *“Jenis produknya bermacam-macam ada darbuka kayu, terbang, keprak, tam, tiplak, dan bas. Ciri khasnya seperti rebana yang di ukir dan warna motif. Modelnya yang saya produksi ada model rebana semarangan atau demakan, rebana habsynan, rebana banjarinan. Bahan*

baku kayu menggunakan kayu mahoni, nangka kadang kayu meh (trembesi). Kayu saya sortiran semua mas, sortiran dalam arti kayu itu harus lempeng tidak ada yang mleyot. Jenis kayu tersebut untuk finishing juga lebih cepat. Kulit itu saya menggunakan kulit pilihan yaitu kulit kambing betina. Khusus terbang saya pakai kulit bagian punggung. Selain terbang bebas bagian mana saja. Kencer buat terbang saya pakai kuningan tebal suaranya bagus. Jadi kalau sudah jadi produk rebana tetap produk berkesan berkualitas. Strategi yang saya terapkan mengurangi karyawan dan mengurangi jumlah produksi mas. Kalau permintaan menurun repot juga stocknya melimpah”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai atribut produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *”Produknya yang dihasilkan ya terbang, bas, tiplak, keprak, tam dan darbuka kayu. Biasanya ciri khas warna coklat polos (warna netral), kemudian warna motif yang baru-baru ini. Kemudian ada semi ukiran khas jepara juga yang diukir manual dengan bentuk ukiran tumbuhan, bunga-bunga atau daun-daun. Model banjarinan, rebana semarangan,*

rebana habsynan dan reabana ukiran khas jepara. Kayu saya menggunakan kayu nangka dan mahoni, itu yang berkualitas kalau di buat alat musik rebana mas. Kulit saya menggunakan kulit kambing betina, khususnya bagian punggungnya. Soalnya itu mempengaruhi suaranya. Kencer ya biasa pakai kuningan, seperti temen-temen pengusaha rebana yang lain. Produksi saya turunkan mas. Soalnya stock saya masih banyak dan permiontaan lagi turun drastis”.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk strategi atribut produk dari setiap pemilik rebana cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari strategi jenis produk, fitur produk, desain produk, dan kualitas produk diterapkan dengan baik oleh setiap pemilik usaha kerajinan rebana. Kemudian dalam mensiasati adanya pandemic covid-19 menerapkan penurunan jumlah produksi dengantnpa mengurangi kualitas produk tersebut.

b) Kemasan produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai kemasan produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Kemasan saya pakai dua*

lapis bahan. Yang pertama pakai tas, kedua pakai kardus kandel. Kardus saya gunakan itu untuk pengiriman jarak jauh jadi aman barangnya kalau kebentur benda keras. Kalau jarak dekat pakai tas saja”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai kemasan produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Kemasan pakai 3 lapis bahan kemasan yang pertama pakai tas, yang kedua pakai kardus dan yang ketiga di karungi mas buat pengiriman jarak jauh. Kalau jarak dekat pakai tas saja”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai kemasan produk yang disajikan dalam bentuk kutipan, hasil wawancara menunjukkan bahwa: *“Kemasan saya pakai 3 bahan/lapis, pertama ditasi, terus dikardus tebal dan terakhir dikarungi mas itu sudah aman mas”.*

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk strategi atribut produk dari setiap pemilik rebana sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari bahan kemasan dan desain kemasan rata-rata para

pemilik usaha menggunakan 2-3 lapis. Lapis pertama yaitu tas, dan lapisan kedua kardus tebal dan lapisan ketiga karung.

c) Pelabelan produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelabelan produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Produk saya berikan label mas, bentuknya logo, nama merk dan keterangan lokasi saya. Label saya pakai khusus rebana yang ada bahan kulit”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelabelan produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Ada mas label tak berikan di alat terbang, kerpak, dan tam kulit mas. Bentuk label sesuai logo, merek, dan asal produksi Torso Pecangaan Jepara saya”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelabelan produk yang disajikan dalam bentuk kutipan, hasil wawancara menunjukkan bahwa: *“Labelnya saya gunakan di produk saya yang*

ada berbahan kulit misal terbang, keprak kulit dan tak kulit. Bentuk label saya seperti ini ada logo dan nama merk produk”.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk strategi pelabelan produk dari setiap pemilik rebana sangat baik. Hal ini dapat dilihat bahwa setiap produk jadi dari setiap pemilik usaha di berikan label.

2) Harga (*Price*)

a) Daftar harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai daftar harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Harga bervariasi mas. Kalau satu set rebana habsynan saya jual Rp.2500.000. Harga rebana semarangan kisaran Rp.3500.000. harga rebana banjari kisaran Rp.1400.000. Harga-harga tersebut model rebana yang versi polos kalau ukiran ditambah Rp. 200.000. Kalau eceran harga terbang Rp.250.000 warna polos. Kalau ukiran terbang eceran Rp. 250.000, harga keprak kulit Rp.80.000, harga tam kulit Rp.150.000, harga darbuka kayu Rp.500.000 dan harga bas Rp.500.000. Harga ditetapkan berdasarkan harga*

bahan baku kayu, kulit, upah karyawan dan harga yang beredar dipasaran. Persaingan harga tetap ada mas. Terutama dengan sesama pemilik usaha kerajinan rebana pecangaan. persaingan harga terjadi di pasaran online mas. Di semua bisnis pasti ada mas. Tapi saya tetap santai. Karena saya ada produk yang harga murah dan yang mahal tergantung permintaan. Persaingan harga tetap ada mas. Terutama dengan sesama pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan. Persaingan harga berada di pasaran online. Tapi saya tetap santai. Karena saya ada produk yang harga murah dan yang mahal tergantung permintaan konsumen mas. Selama pandemi harga tetap sama mas. Soalnya harga memang sudah terjangkau”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai daftar harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Harga rebana sesuai modelnya mas. Rebana semarangan harga ya Rp. 3800.000, rebana habsynan Rp.2600.000, kalau harga rebana banjarinan Rp.1500.000. untuk harga versi ukiran jepara ditambah Rp. 300.000. Kalau harga eceran terbang harga Rp.250.000, keprak kulit Rp.100.000, tam kulit*

Rp.150.000,bas Rp.600.000 dan darbuka kayu Rp.600.000. Harga saya sesuai pasaran mas biar tidak kemahalan dan kemurahan. Patokanya juga dari biaya bahan baku kulit dan kayu. Kalau bahan baku naik harga produk saya juga tak naikan. Iya, ada mas dengan pemilik usah yang ada di sini. Dan persaingan berada pada pasar online, tapi saya tetap dengan harga saya dengan kualitas jaminan mas. sampai sekarang ini saya bertahan dengan harga yang sama mas. Harga mau dirubah bagaimana tetap permintaan sedikit. Soalnya ekonomi melemah mas”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai daftar harga produk yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Harga bervariasi mas. Harga rebana semarangan agak mahal mas Rp. 3700.000, rebana versi habsynan Rp.2600.000, kalau harga rebana banjarinan Rp.1500.000. khusus rebana ukiran berbeda harganya ditambah Rp.200.000. Untuk harga eceran saya umum sama yang lain mas. Terbang harga Rp.250.000, keparak Rp.100.000, tam kuliut Rp.150.000, bas Rp.600.000 dan untuk darbuka kayu Rp.600.000. Harga saya sesuaikan dengan kebutuhan*

mas, missal biaya beli kulit, kayu dan kencer. Persaingan harga banyak yang ngejur harga mas dari pemilik usaha sini. Pada umumnya di pasaran online persaingannya sangat ketat. Tapi saya tenang saja mas, soalnya harga saya tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah jadi tidak ngaruh disaya. Selama pandemic harga masih sama mas. tidak ada perubahan”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan DI sebagai konsumen kerajinan rebana Pecangaan Jepara pada tanggal 7 April 2021 mengenai daftar harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Kalau harga satu set tiga juta menurut saya sudah sesuai dengan kualitas rebananya mas. Yang saya tahu rebana berkualitas pakainya kayu mahoni, kayu nangka. Kulitnya pakai kulit kambing bagian punggung kualitasnya bagus. Sudah sesuai dengan harganya mas. ...harga menurut saya masih terjangkau mas. Karena saya pernah survey harga lewat marketplace, dan ke kota lain harga lebih mahal mas”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan BA sebagai konsumen kerajinan rebana Pecangaan Jepara pada tanggal 8 April 2021 mengenai daftar harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Menurut saya*

sudah sesuai mas. Soalnya saya sering membeli produk dari pengrajin rebana jepara mulai dari bentuk, bahan dan finishing itu bagus mas. Terakhir beli bulan kemaren itu kualitasnya juga sama tidak ada penurunan pas lagi corona seperti ini. Menurut saya harganya umum mas kalau dari penjual didaerah Jepara satu set harga segitu. Beda lagi kalau membeli ditoko luar kota Jepara harganya satu set diatas tiga juta mas”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan AD sebagai konsumen kerajinan rebana Jepara pada tanggal 8 April 2021 mengenai daftar harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Sudah sesuai mas dengan harganya saya suka dengan produk rebana dari Jepara. Dari suara, bentuk dan ukirannya khas Jepara banget mas. Harga terajangkau mas saya sudah beberapa kali beli rebana Jepara harga tetap sama. alhamdulillah kualitasnya bagus”.*

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dari setiap pemilik usaha dan konsumen dalam menawarkan harga bervariasi. Strategi kesesuaian produk dengan harga dan keterjangkauan harga sudah diterapkan oleh masing-masing pemilik usaha. Kemudian para pemilik usaha juga menjual

produk secara ecer. Harga ditentukan dengan biaya bahan baku, upah karyawan dan harga di pasaran.

b) Potongan harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pemberian potongan harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya selalu memberikan potongan harga mas terutama yang membeli dengan jumlah banyak dan pembayaran langsung tunai. Kemudian diskon dibulan maulud masih sama mas 10%. Mumpung bulan maulud biasanya banyak yang cari untuk meramaikan sholawatan”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pemberian potongan harga yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya memberikan potongan harga kalau membelinya banyak saja mas. Ya kisaran dua ratus ribu mas diskon itu untuk membeli satu set alat hadroh. Tidak ada diskon khusus di bulan tertentu mas. diskonya ya itu tadi kalau belinya banyak baru dapat diskon”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5

April 2021 mengenai pemberian potongan harga yang di sajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iya supaya pembeli suka ya di kasih korting mas. Kalau belinya banyak kortingnya banyak, kalau sedikit ya sedikit. Misalnya satu set harga dua juta enam ratus, ya di korting saratus lima puluh ribu sampai tiga ratus ribu. Tidak ada diskon musiman mas. Diskonya masih sama mas. Soalnya harga sudah terjangkau dan diskon hanya kalau beli banyak saja”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dari setiap pemilik usaha dalam menerapkan pemberian potongan harga sangat baik. Dapat dilihat bahwa pemberian potongan harga untuk pembelian skala besar, dengan bayar tunai dan potongan pada bulan tertentu sudah di terapkan.

c) Cara pembayaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai cara pembayaran yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Cara pembayaran bisa lewat tunai, transfer ke rekening bank dan bayar ditempat kalau barang sudah sampai dilokasi mas. Kendalanya kalau bank lagi trobel biasanya transfer uangnya telat*

mas jadi barang juga telat dikirim. Ada juga kalau pesan rebana yang ukiran saya minta dp dulu setelah barang jadi baru di lunasi. Kendalanya kalau sudah dp kemudian di proses pembuatan akan tetapi dari konsumen tidak ada kelanjutan untuk pelunasanya. Adanya pandemi covid saya lebih mengutamakan pembayaran lewat transfer rekening bank dari pada tunai. Hal ini untuk menghindari penyebaran covid-19 yang gampang menular ini mas”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai kemudahan pembayaran yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iya mas kalau orang luar kota bisa pembayaran lewat transfer rekening bank dengan menunjukkan bukti struk atm atau bukti dari teller bank. Bisa tunai langsung datang rumah atau sistem bayar ditempat jika barang sudah sampai lokaasi tujuan. Kendalanya kalau yang pesan orang jauh sistimnya dp setengah dari total harga barang sudah mau jadi tapi pelunasanya telat. Ada sampai satu tahun belum di ambil. Adanya pandemi sekarang ini pembayaran saya suruh untuk konsumen bayar secara transfer saja mas. soalnya virus ini gampang penyebaranya”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana mengenai cara pembayaran yang disajikan dalam bentuk kutipan, hasil wawancara menunjukkan bahwa: *“Pembayaran bisa transfer ke rekening bank dan tunai. Kendalanya pernah hampir tidak di bayar mas karena sudah langganan barang sudah diterima tapi belum dibayar. Selama pandemi ini saya menerima pembayaran tunai mas. tetap mematuhi protokol kesehatan tangan konsumen sayasemprot dengan handsanitizer”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa cara pembayaran bisa transfer ke rekening bank dan tunai. Namun adanya tidak dibayarnya produk yang sudah terkirim atau pesanan yang tidak jadi diambil perlu adanya suatu kehati-hatian dalam bernegosiasi atau bertransaksi dengan konsumen. Adanya pandemi covid-19 para pemilik usaha lebih mengutamakan pembayaran dengan cara transfer dari pada tunai walaupun transaksi berada di lokasi rumah produksi. Hal ini untuk menghindari adanya penyebaran covid-19 dan mematuhi peraturan protocol kesehatan.

3) Promosi (*Promotion*)

a) Periklanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai Periklanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Selama ini saya iklan lewatnya status whatshap, facebook dan papan reklame di depan jalan gang sini”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai Periklanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iklan masih seperti biasa mas lewat status whatshap, shopee, tokopedia dan facebook. Itu sudah menjangkau banyak calon pembeli”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai Periklanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Periklanan sebelum dan selama pandemi corona saya pakainya whatshap dan melalui mulut ke mulut saja mas. Walaupun kurang maksimal. Tetapi masih ada pesanan yang masuk”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa periklanan di lakukan oleh pengrajin rebana sudah baik yaitu dilakukan lewat status whatshap dan facebook merupakan media yang dapat cepat

menjangkau calon pembeli dalam jumlah banyak tidak ada inovasi baru selama pandemi.

b) Promosi penjualan

Berdasarkan hasil wawancara FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai promosi penjualan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Masih tetap sama mas promosi penjualanya sebelum pandemi corona dan selam pandemi jika membeli banyak saya bonusi. Jadi tidak ada inovasi baru mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai promosi penjualan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Seperti biasanya mas beli banyak ya dapat diskon dan bonus alat. Iya tidak ada inovasi baru mas selama ini”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU pada tanggal 5 April 2021 sebagai pemilik usaha kerajinan rebana mengenai promosi penjualan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Tidak ada inovasi baru mas selama pandemi corona ini. Jika beli sattu set iya didiskon”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan yang dilakukan sudah baik yaitu dengan memberikan potongan harga dan bonus jika membeli dalam jumlah banyak.

c) Pemasaran langsung

Berdasarkan hasil wawancara FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pemasaran langsung yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya tidak menggunakan itu mas, media pemasaranku iya pakai whatshap dan facebook saja mas. Itu kalau maksimal sudah banyak pesanan mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana mengenai pemasaran langsung yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya sudah tidak memakai itu lagi mas. eranya digital pakainya iya whatshap dan facebook untuk media pemasaranya”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pemasaran langsung yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya tidak menggunakan itu mas. say menggunakan whatshap saja mas”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk pemasaran langsung pada pengrajin rebana kurang baik. Karena para pengrajin rebana memaksimalkan pada media pemasaran online yang dapat menjangkau banyak calon pembeli.

4) Tempat (*Place*)

a) Lokasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai lokasi yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Lokasi saya di Rt 02 Rw 03 desa torso Kec. Pecangaan. Kalau dari jalan raya tidak terlihat mas. Masuk-masuk gang akan tetapi masih mudah dijangkau. Juga bisa mengikuti rute lewat google maps. Tinggal ketik saja mahkota rebana di google nanti akan keluar”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai lokasi yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Lokasi rumah saya tidak dipinggiran jalan mas. Akan tetapi adanya aplikasi google maps toko saya dapat terlihat lewat aplikasi tersebut. Jadi dapat mengikuti rute yang ada di google maps”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai lokasi yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Kalau dari jalan raya lumayan jauh mas, lokasi berada di pemukiman warga yang berdempetan mas. Akan tetapi masih mudah dijangkau”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Lokasi dari tempat produksi rebana berada di pemukiman dalam. Kebanyakan tempat tidak di pinggir jalan.

b) Pendistribusian

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pendistribusian yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Selain dari reseller, pemakai juga ada yang langsung beli kesini mas. Kadang ya pesan secara online. Sudah dari berbagai nusantara mas yang beli. Selama pandemi jarang yang beli langsung kesini mas, soalnya ada pembatasan pendatang dari luar kota biasanya seminggu sekali ada yang datang ke kesini. Ada banyak reseller di berbagai daerah mas. Sekali kirim untuk ngisi toko tiga sampai sepuluh set pernah mas. biasanya dikirim pakai jasa pengiriman pos,*

indah cargo, joyoekspres dan jne mas. kalau sekitar daerah jawa tengah kalau waktunya ada saya antar sendiri pakai mobil. Selama pandemi ngirimnya pakai jasa pengiriman. Jarang saya kirim sendiri”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pendistribusian yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Ada mas langsung pemakai biasanya langsung kesini mas. beli yang sudah ready. Kalau selama pandemi ini jarang ada yang kesini. Saya reseller ada mas yang di Magelang, Semarang, Boyolali dan Kendal. Kalau sempat waktunya saya kirim sendiri mas. dulu sampai ke Magelang beli delapan set saya kirim sendiri. Selama pandemi corona semua pengiriman pakai jasa pengeiriman mas”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pendistribusian yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Ada konsumen yang langsung kesini mas. terkadang banyak dari luar kota jepara biar tahu langsung pembuatan dan kualitasnya. Untuk pendistribusian saya pakainya jasa pengiriman mas tidak pernah saya nganter-nganter barang sendiri.*

Kalau tidak yaa reseller saya yang datang kerumah bawa mobil sendiri. Selama pandemi corona ada orderan sedikit-sedikit di kirim pakai jasa pengiriman saja mas”.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pendistribusian selama pandemi corona kurang baik hal dikarenakan adanya pembatasan pendatang dari luar kota.

c) Transportasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai transportasi yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Kendaraan ada mobil satu dan motor dua mas. untuk mobil digunakan untuk ngirim pesanan khusus daerah luar Kabupaten Jepara. Kalau motornya dipakai untuk ngirim barang ke jasa pengiriman sini saja mas. Akses jalan menuju rumah saya mudah dilalui mas soalnya dekat jalan raya mas. Jalan juga tidak terlalu kecil dan tidak terlalu lebar. Cukup untuk kendaraan mobil masuk dalam jalan ini. Selama pandemi corona untuk jalan kendalanya adanya pembatasan mas jadi tidak bebas keluar masuk kota. Kemudian jalan pantura pasti macet mas kalau pas pengiriman”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai transportasi yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Transportasi mobil mas untuk daerah sekitar Semarang, Grobogan, Demak, Magelang kalau minta diantar langsung bisa pakai mobil itu. Sama saya punya kendaraan motor buat riwa – riwi beli bahan pelengkap selain kayu. Kalau rumah saya dekat mas dari jalan raya jadi aksesnya mudah di jangkau mas. Pandemi corona jadi mempersulit pengiriman mas mulai saya tidak bisa pengiriman langsung untuk kota terdekat sini juga pengiriman jadi telat mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mu sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai transportasi yang disajikan dalam bentuk kutipan, hasil wawancara menunjukkan bahwa: *“Saya menggunakan motor saja mas. soalnya paling girim ke jasa pengiriman sini saja. tidak melayani COD (cash on delivery) ke luar daerah Kabupaten Jepara. Akses ke rumah saya masih gampang mas. Yang menjadi kendala selama pandemi corona ini pengiriman menjadi telat mas semua jasa pengiriman”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk kendaraan yang dipakai dalam bekerja sudah baik. Adanya kendaraan motor dan mobil dapat mempermudah atau menambah fasilitas bagi para pembeli untuk melakukan transaksi secara langsung. Jalan akses menuju rumah pengrajin mudah dilalui. Akan tetapi proses pengiriman selama pandemi corona menjadi terhambat karena ada pembatasan pendatang dari luar kota.

5) Bukti fisik (*Physical evidence*)

a) Suasana

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai suasana yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Tata letak rumah produksi saya yang kayak ini mas. Antara ruang tamu dengan tempat produksi berdekatan. Jadi ya berisik sama suara mesin dan alat-alat yang lain”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai suasana yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iya keadaanya seperti ini*

mas, berisik dengan karyawan nyemprot cat, suara sound”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai suasana yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Tempat produksinya di belakang mas, kalau ada tamu iya disini mas. Jadi sedikit berisik dengan suara mesin dan lain-lain. masih aman kalau buat negosiasi ”.*

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa tata letak cukup baik. Hal ini dikarenakan jarak antara tempat menerima tamu atau pembeli dengan tempat produksi masih berdekatan yang menyebabkan suasana berisik.

b) Sarana dan prasarana

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai kenyamanan ruangan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Produk rebana yang sudah jadi sebagian kami tata di rak akan tetapi raknya hanya satu lemari, banyak yang tidak tertata. Selain itu penataan dirak untuk produk stock saja. Disini banyak yang barang pesenan jadi ya berkesan tidak rapi*

soalnya mau langsung dikemas dan dikirim ke yang pesan. Fasilitasnya mungkin diruangan adanya kayak ini mas kipas, meja kursi saja. Untuk toilet masih fungsikan toilet pribadi saya didalam rumah. Soalnya jarang-jarang konsumen mau ke kamar mandi. Tempat parkir agak sempit. Soalnya belum ada pelebaran lagi untuk tanahnya. Masih fokus pelebaran tempat produksi”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai kenyamanan ruangan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Untuk sementara produk jadi masih berserakan dilantai mas, rak nya baru buat didepan belum jadi. Nanti untuk sebagian produk bisa ditata dirak. Fasilitas ya seperti ini mas seperti rumah biasa belum mempunyai ruang khusus untuk tempat bertransaksi, toilet masih menggunakan toilet pribadi belum ada toilet khusus untuk konsumen maupun karyawan. Disini tempat parkirnya ya dimasukan kerumah sini mas kalau motor. Kalau mobil ya harus di bpinggiran jalan”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 april 2021 mengenai kenyamanan ruangan yang disajikan

dalam bentuk kutipan bahwa: *“Produk yang sudah jadi di taruh disini mas. Tidak ada rak khusus. Memang sebenarnya bukan toko tapi rumah mas. Kalau milih-milih ya tinggal di bongkar-bongkar. Namanya iya rumah mas bukan toko. Fasilitas toilet, tempat sholat dan lain-lain masih dengan pribadi. Sholat di samping ada mushola mas. Seadanya mas. Kalau motor ya sampai depan rumah mas. kalau mobil besar harus didepan gang sana karena memang sempit mas”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kenyamanan ruangan kurang baik. Hal ini dikarenakan fasilitas penunjang kenyamanan belum maksimal. Tempat parkir kurang memadai untuk kendaraan besar. dikarenakan kurangnya lahan untuk daerah tempat pengrajin rebana.

6) Orang (*People*)

a) Sumber daya manusia

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai sumber daya manusia yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Setiap karyawan mempunyai bagian kerja masing –masing mas. Ada yang ngamplas, nguliti, pengechatan, pemasangan kulit dan*

bagian pemasangan pita. Jadi kerjanya beda-beda ada bagianya sendiri. Saya kalau merekrut karyawan yang mau benar-benar ikut saya. Maksudnya mau belajar jika belum bisa melakukan ini itu nanti kelamaan bisa sendiri sembari sedikit arahan. Selama pandemi corona satu tahun pertama karyawan saya kurangi mas dari dua belas orang menjadi delapan orang. Soalnya orderan lagi turun mas lagi sepi”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai sumber daya manusia yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Bagian kerjanya beda beda mas. ada yang bagian pemasangan kulit, ngamplas, pengecatan, pemasangan pita dan nguliti itu ada bagianya masing-masing. Jadi tidak mulai proses awal sampai akhir dikerjakan satu orang tidak”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai sumber daya manusia yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Bagian kerjanya masing-masih karyawan beda-beda mas. ada yang ngecat, nguliti, pemasangan kulit, ngamplas. Karyawan saya ada dua saja mas. untuk perekrutan saya*

mengutamakan yang mau belajar tentang pembuatan rebana mas dan sebelumnya sudah ada sedikit keahlian dasar tentang pertukangan. Selama pandemi corona karyawan saya sempat saya liburkan mas sampai berhari-hari. Soalnya ya itu memang pesanan lagi sepi ma. Karyawan saya ada tiga mas. saya mengutamakan merekrut dari tetangga sendiri saja. yang rumahnya dekat. Jadi kalau gaji tidak habis buat biaya lain-lain. iyaa selama pandemi hampir dua tahun ini pekerja sempat saya liburkan berbulan bulan mas soalnya saya juga bingung mas mau bayar pakai apa kalau tidak ada pesanan sama sekali”.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa strategi sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengrajin rebana sudah baik. perekrutan karyawan yang dilakukan oleh para pengrajin rebana sudah baik. Akan tetapi adanya pandemi corona banyak terjadi pemberhentian karyawan karena menurunnya pesanan.

7) Proses (*Process*)

a) Peralatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5

April 2021 mengenai peralatan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Alhamdulillah alat saya sudah lengkap mas. Mulai dari alat untuk pengeringan kulit, pengopenan kulit, alat amplas kayu, pasang paku dan pengecatan sudah ada semua”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai peralatan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Alat yang belum ada untuk pengeringan kulit mas. jadi saya masih memperkerjakan orang untuk borongan kulit. Tapi kulit sudah dari saya”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai peralatan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Kalau alat saya sudah lengkap mas mulai proses awal hingga akhir. Sudah produksi sendiri. Alhamdulillah”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa alat produksi yang digunakan oleh pengrajin rebana sudah baik. Terlihat sudah memadainya alat yang dipakai dari setiap tahap pemrosesan pembuatan kerajinan rebana.

b) Menerima pesanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai menerima pesanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iya mas untuk pemesanan alat musik rebana bisa pesan secara langsung dengan datang ke rumah mas. misal pesen rebana ukiran dengan dikasih nama, logo dan lain-lain. pemesanan juga bisa dilakukan lewat telepon, whatshap mas dengan kirim gambar yang dipesan. Khusus pesanan, pembeli wajib dp dulu mas iya minimal seratus ribu rupiah mas. Selama pandemi tidak ada kendala mas untuk proses pemesanan”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai menerima pesanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Pemesanan bisa melalui telepon mas. sekarang kan canggih pakai whshap kirim gambarnya. Tapi harus dp dulu mas kalau pesan. Kalau barang sudah siap kirim baru pelunasan. Langsung pesan datang kerumah juga bisa. Tapi juga harus dp dulu. Dp nya terserah mas. selama pandemi corona tidak ada kendala mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai menerima pesanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Pemesanan saya fasilitasi lewat telepon dan secara langsung bisa mas. tetap bayar dp dulu mas biar bisa proses secara nyaman.. Jadi tidak menerima pesanan tanpa dp soalnya barang mahal mas. Selama pandemi corona tidak ada kendala mas”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa proses pemesanan kerajinan rebana sudah baik. Dilihat dari adanya pemesanan yang masuk diharuskan untuk membayar dp terlebih dahulu hal ini digunakan untuk meningkatkan kepercayaan antar pembeli dan penjual.

c) Pengolahan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pengolahan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Secara detailnya ya pertama memilih kayu dan kulit mas, kemudian pemotongan kayu sekaligus di bubut dan di bentuk kerajinan rebana, kemudian dijemur kayu dan kulitnya, pengamplasan kayu dan penghalusan kulit, pemasangan kulit ke kayu,*

pengechatan kayu dan kulit dan terakhir finishing mas. Udah selesai. Tidak ada kendala mas selama pandemi ini. Proses produksi aman mas”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pengelolaan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Prosesnya mulai dari awal ya pemilahan kayu yang berkualitas, kemudian dibubut dan dibetuk mas, kayu dan kulit dijemur di trik matahari kalau tidak iya di open kalau tidak ada sinar matahari, kemudian di ampal sampai halus, pemasangan kulit, pengecatan dan fishing. Tidak ada kendala selama pandemi coron”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pengelolaan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Dari awal kita harus memilih bahan kayu dan kulit yang bagus dulu mas. Baru kemudian dibubut kayunya dan kulit di amplas halus. Kemudian dijemur, kemudian di amplas kayunya, selanjutnya pemasangan kulit ke kayu, kemudian di cat dan finishing mas. Tidak ada kendala selama pandemi corona mas”.*

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa alur produksi umum yang dilakukan setiap pengrajin rebana yang ada di Jepara. Tidak ada kendala didalam alur produksi selama pandemi corona.

d) Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelayanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iya mas kalau ada pembeli langsung saya yang melayani. Jadi semaksimal mungkin pembeli saya buat puas setelah berbelanja produk rebana saya mas. saya sebisa mungkin cepat tanggap dalam melayani pembeli mas. pembeli adalah raja mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelayanan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Sebisa mungkin saya layani dengan baik mas untuk para pembeli saya. Lewat telepon maupun lewat secara langsung bisa memesan barang saya”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pembeli kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelayanan yang disajikan dalam bentuk

kutipan bahwa: *“Saya sudah mencoba produk rebana yang ada dijepara dengan beda pengrajin. Yang saya rasakan dalam pelayanannya ramah-ramah mas. selama ini belum pernah ada yang berkata kasar dengan saya”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam melayani konsumen sudah baik. Dengan mengutamakan pelayanan yang cepat tanggap dan ramah terhadap konsumen.

2. Strategi keuangan usaha kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19

a. Perencanaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai penyusunan anggaran modal yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Modal saya dari tabungan pribadi kemudian saya belikan alat dan bahan baku seperti kayu, kulit, kencer dan paku. Sampai sekarang ini saya belum pernah pinjam ke bank atau koperasi untuk kebutuhan usaha saya. Jika posisi lagi butuh dana biasanya pinjam keteman saya mas. selama pandemi ini tidak ada kendala modal soalnya masih punya tabungan. Iya mas anggaran produksi sesuai pesanan. Tetapi kalau pesenan lagi menurun sepereti pandemi covid-19 sekarang ini kami membuat sesuaikan jenis rebana apa yang sudah laku, nanti kami produksi*

lagi. Jadi uang diputar terus. Untuk prediksi penjualan saya melihat dari adanya kegiatan masyarakat seperti sholawatan mas kalau ada sholawatan pasti pakai alat musik rebana mas. Jadi kalau masih ada acara itu penjualan masih stabil mas. selama pandemi corona ini penjualan tidak bisa diprediksi mas soalnya untuk ekonomi masyarakat melemah jadi sulit diprediksi”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai perencanaan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya modal pakai uang saya sendir mas. Tahap ngerintis dulu ada uang hasoil penjualan saya cicil buat beli alat sendiri, beli bahan baku sedikit dahulu. Awalnya saya ikut kakak saya mas. saya tidak pernah pinjam bank mas dalam mengembangkan usaha ini. Alahmadulillah selama pandemi ini masih cukup. Iya mas anggaran produksi sesuai pesanan soalnya setiap hari hampir ada pesanan terus mas. Selama pandemi corona ini pesanan menurun drastis mas jadi strateginya saya untuk karyawan kerja hanya tiga hari dalam satu minggu. Saya tidak memprediksi penjualan tahunan mas. Jadi misal ada pesanan dibuatkan. Kalau tidak ada pesanan saya tetap produksi tapi untuk stock saja”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai perencanaan yang disajikan dalam bentuk kutipan

bahwa: *“Dari awal mendirikan usaha ini saya pakai modal sendiri mas. iya sedikit-sedikit modal dipakai untuk beli alat dan bahan baku sendiri. Sampai sekarang ini belum pernah pinjam bank untuk kebutuhan usaha ini mas. selama pandemi ini sangat kritis mas modalnya. Soalnya memang benar-benar tidak ada pesanan yang masuk jadi saya sampai jual gelang, dan kalung untuk gaji karyawan saya. Saya punya stock rebana yang ready banyak mas. Jadi jika stock tinggal sedikit buat lagi. Selama pandemi corona ini pesanan sangat menurun drastis bahkan tidak ada pesanan yang masuk. Jadi secara terpaksa untuk karyawan saya liburkan full dan tidak produksi. Nunggu stock menipis dan ada pesanan yang masuk baru saya aktifkan lagi produksi saya. Dan karyawan bisa masuk lagi. Tidak ada prediksi penjualan mas kalau saya. Kalau sudah rezeki tidak akan kemana”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa para pengrajin rebana dalam perencanaan sudah baik. dari setiap pemilik usaha memiliki strategi sendiri-sendiri dalam perencanaan anggaran modal, anggaran produksi, dan anggaran penjualan untuk mengembangkan usahanya masing-masing.

b. Pencatatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pencatatan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa:

“Untuk pencatatan saya hanya mencatat transaksi penjualan, pembelian dan semua barang pesanan yang masuk mas. iya seperti nota tembus. Kemudian catatan pesanan barang. Transaksi pembelian yang saya catat hanya beberapa mas, misal iya pembelian kayu dan kulit itu saya catat mas. Kalau pencatatan seperti itu saya tidak mencatat mas. terlalu ribet mas. Soalnya saya juga ikut kerja mas. ”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pencatatan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya mencatat transaksi penjualan mas. Contohnya nota ini mas. kalau transaksi pembelian saya catat seperti pembelian bahan baku kulit, kayu dan kecrek kuningan ini mas. Kemudian barang pesanan itu juga saya catat mas. Wah maaf mas saya tidak mencatat yang seperti itu. saya belum bisa mas. Untuk catatan iya itu tadi mas cuman nota dan catatan pesanan saja”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pencatatan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Pencatatan saya mencatat nota pembelian dan pesanan barang mas. kemudin catatan kecil pembelian bahan baku kuli, kayu, kecrek kuningan dan paku. Dan saya mencatat semua pesanan*

yang masuk mas. Tidak mas. Catatan saya hanya itu tadi mas, nota tembus, catatan pesanan itu saja

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam pencatatan di rasa kurang baik. hal ini dapat dilihat bahwa belum diterapkannya pencatatan secara periodik. Pencatatan hanya dilakukan secara kontinu yaitu mencatat transaksi penjualan dan pembelian.

c. Pelaporan

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelaporan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Saya tidak membuat laporan itu mas. soalnya saya tidak paham mas. soalnya untuk pengelolaan keuangan yang pegang saya sendiri mas. jadi tidak perlu laporan rinci seperti itu. Saya tidak membuat laporan laba rugi mas. Soalnya saya tidak bisa mas. Saya tidak membuat laporan itu mas. selain belum perlu digunakan saya juga tidak bisa membuatnya mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 2021 mengenai pelaporan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Itu laporan apa mas? saya tidak pernah membuat laporan itu mas. Menurut saya untuk usaha saya masih belum membutuhkan mas. Jadi saya tidak membuat laporan itu. Maaf mas itu laporan apa*

ya. Saya tidak pernah membuat mas selama ini. Soalnya belum penting juga mas kalau saya membuat. Laporan ini sepertinya belum kepakai mas diusaha saya. Jadi saya tidak membuat”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pelaporan yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Dari awal berdiri usaha ini sampai sekarang saya tidak pernah membuat laporan itu mas. masih belum penting mas laporan seperti itu. Selama ini belum pernah mebuat itu mas. selain saya tidak bisa membuat juga usaha saya sepertinya masih belum membutuhkan laporan itu mas. Maaf mas saya tidak bisa membuat laporan itu mas. jadi saya tidak membuat. Soalnya laporan yang seperti itu saya rasa belum kepakai mas diusaha kecil”.*

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam membuat laporan kurang baik. hal dapat dilihat dari pembuatan arus kas, laporan laba rugi, dan laporan neraca banyak dari pemilik usaha tidak membuat laporan tersebut. Karena para pengrajin banyak menganggap bahwa laporan trsebut masih belum dibutuhkan, belum penting dan belum perlu dibuat.

d. Pengendalian

Berdasarkan hasil wawancara dengan FD sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021

mengenai pengendalian yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Iya mas jadi awal mendirikan usaha ini untuk modal dari tabungan sendiri yang digunakan untuk membeli alat dan bahan baku. Kemudian juga merekrut dua karyawan yang sudah bisa dalam mengelola kayu. Jadi tidak perlu mengajari dari kemampuan dasar. Iya mas selama proses produksi saya langsung yang memantau kerja karyawan. Saya juga ikut kerja mas tapi jamnya beda. Jadi kalau ada kendala karyawan saya ketika bekerja saya tahu. Misal kendala mesin rusak saya langsung yang menghendel mas. Hal tersebut agar tidak menunda pekerjaan mas. kemudian ada bahan baku yang kurang berkualitas atau habis saya langsung yang akan mencari”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan RU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pengendalian yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Awal mendirikan usaha ini saya sebelumnya ikut kakak saya mas. Jadi aya merguru dulu. Kemudia setelah ada tabungan sedikit-sedikit saya belikan bahan baku dan alat. Untuk karyawan dulu ada dua yang saya pilih sudah benar-benar bisa tukang kayu minimal. Selama proses produksi saya langsung yang mengarahkan karyawan-karyawan saya mas. soalnya saya juga ikut kerja. Maka dari itu misal ada kendala mesin rusak, bahan baku habis dan pengiriman telat saya langsung antisipasi mas”*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MU sebagai pemilik usaha kerajinan rebana pada tanggal 5 April 2021 mengenai pengendalian yang disajikan dalam bentuk kutipan bahwa: *“Modal alhamdulillah dari diri pribadi mas dulunya. Awal mendirikan usaha ini sudah saya perhitungkan mas. mulai dari alat dan bahan saya memilih yang berkualitas. Kemudian untuk karyawan saya memilih yang dekat-dekat sini rumahnya tetangga mas. Biar sekalian bantu mas. Untuk pemantauan kerja karyawan suami saya yang tahu mas. kalau ada kendala produksi misal ada kerusakan mesin turunya kualitas bahan kayu suami saya yang mengantisipasi. Kalau saya bekerja untuk menerima tamu pembeli mas. Untuk proses negosiasi jadi kita bagi tugas mas”*.

Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam pengendalian para pengrajin rebana untuk mendirikan usaha kebanyakan modal dari pribadi. Yang kemudian memilih bahan baku yang berkualitas serta karyawan yang sebelumnya sudah mempunyai kemampuan dasar tetatang pertukangan. Dalam pengendalian berjalan kebanyakan pemilih usaha juga ikut bekerja. Jadi kendala apa yang dialami karyawan dapat cepat teratasi.

C. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di usaha kerajinan rebana Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara yang bersumber dari pemilik usaha dan konsumen kerajinan rebana. Dalam penelitian diperoleh hasil

penelitian berupa strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Hasil tersebut mengenai strategi pemasaran dan strategi keuangan usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 memperoleh hasil akhir dan pembahasan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran usaha kerajinan rebana dalam menghadapi pandemi covid-19 di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara

- a. Produk (*Product*)

Aspek produk merupakan segala sesuatu yang dipersiapkan untuk menyediakan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Assauri, (2011) dalam Arifka (2021) Strategi produk mencakup keputusan tentang acuan/bauran merek dagang (*brand*), kemasan produk, cara pembungkusan, kualitas produk dan pelayanan (*service*) yang diberikan.

Jenis produk yang dihasilkan dari usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara yaitu hadroh atau terbang, genjur atau bas, darbuka kayu, tam, keprak dan tiplak. Ciri khas dari produk kerajinan rebana Pecangaan Jepara adalah produk rebana warna coklat, motif dan ukiran khas Jepara dengan ukiran bentuk relief bunga, daun dan batik. Di ukir dengan pahatan yang berkualitas menghasilkan produk rebana dengan seni ukir yang tinggi. Ciri khas dari produk kerajinan rebana Pecangaan Jepara inilah yang

membedakan produk rebana dari luar daerah Kabupaten Jepara yaitu daerah kabupaten Brebes, Magelang, Gresik dan Demak. Produk yang divariasikan ukiran bentuk tumbuhan seperti bunga-bunga atau daun-daun membuat tampilan akhir dari proses produksi berkesan berbeda dan indah. Model yang dihasilkan yaitu rebana semarangan, rebana habsyan, rebana banjarinan. Variasi model tersebut merupakan strategi pemasaran andalan bagi para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangan Jepara dalam menarik konsumen dan memenangkan persaingan produk yang beredar dipasaran dari luar daerah Jepara.

Pada bahan baku yang digunakan oleh pemilik usaha kerajinan rebana Pecangan Jepara dari segi bahan baku utama menggunakan kayu dan kulit yang berkualitas. Para pemilik usaha kerajinan rebana menggunakan jenis kayu mahoni, kayu nangka dan kayu trembesi untuk bahan kayu tambahan. Para pemilik usaha memilih jenis kayu tersebut karena memiliki tekstur yang keras dan memiliki pori-pori kayu kecil yang dimana dalam proses finishing lebih cepat dan hasil finishing kayu lebih halus.

Kemudian untuk bahan baku kulit para pemilik usaha memilih menggunakan kulit kambing. Kulit kambing dipilih karena jenis kulit tersebut memiliki tekstur tidak terlalu tipis dan tidak terlalu tebal sangat cocok digunakan untuk bahan baku pembuatan kerajinan rebana. Jenis kulit kambing yang dipilih yaitu

kulit kambing betina dengan bagian punggung. Salah satu pemilik usaha kerajinan rebana di Pecangaan Jepara menyatakan bahwa jenis kulit tersebut dipilih karena dapat memberikan kualitas suara yang nyaring dan tidak mudah jebol. Produk rebana memiliki aksesoris pelengkap yaitu kencer, dari produk kerajinan rebana Pecangaan Jepara menggunakan kencer yang berbahan tembaga campuran. Dimana kencer tersebut dipilih karena bisa menghasilkan kualitas suara tidak terlalu bising dan enak di dengar. Dengan menjaga kualitas bahan baku para pemilik usaha kerajinan rebana mampu memberikan produk yang berkualitas kepada konsumen dan dapat bersaing di pasaran dengan produk rebana dari produksi di luar kabupaten Jepara.

Kemasan merupakan wadah atau alat untuk menyimpan produk dengan baik agar terhindar dari kerusakan serta menjadi daya tarik konsumen dalam memilih produk. Kemasan terdiri dari kemasan dasar, kemasan tambahan dan kemasan pengiriman. Rata-rata para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara dalam pengemasan produknya, kemasan dasar memakai tas kain yang berlapis busa sesuai bentuk alatnya. Kemudian untuk kemasan tambahan menggunakan kemasan kardus bekas dan kemasan pengiriman menggunakan kemasan karung. Hal tersebut dilakukan pemilik usaha agar saat pengiriman dapat melindungi produk dari benturan benda keras. Menurut Kotler dan Armstrong (2010)

kemasan merupakan wadah atau alat untuk menjaga produk agar tetap dalam keadaan baik hingga ke konsumen. Kemasan terdiri dari: Kemasan dasar (*Primary Package*), Kemasan tambahan (*Secondary Package*), Kemasan pengiriman (*Shipping Package*).

Adanya label yang tertera dikemasan produk menjadi sebuah pengenal sekaligus pembeda dari para kompetitor yang lain. Melalui label produk, pemilik usaha bisa menyampaikan informasi mengenai kualitas, merek, kode produksi, legalitas petunjuk dan lain sebagainya.

Pelabelan yang diterapkan oleh pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara menggunakan *brand* label dengan bahan label tinta stempel biru. Didalam label tersebut terdapat gambar logo produk, nama merek dan asal produk dibuat. Label produk rebana ditempatkan pada bagian produk rebana yang ada bahan kulit saja. Dikarena label terbuat dari stempel tinta hanya bisa melekat dipermukaan alat musik rebana yang menggunakan bahan kulit. Jenis-jenis label menurut Marinus (2013: 192) terdapat tiga tipe label berdasarkan fungsinya, yaitu sebagai berikut: (1) *brand* label adalah penggunaan label yang semata-mata digunakan sebagai *brand*. (2) *grade* label adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata. (3) label *descriptive* adalah

informasi objektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan, dan ciri-ciri lain dari produk.

. Didukung dengan pernyataan tersebut, para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara produk yang dibuat selalu mengutamakan pengemasan, kualitas produk yang terbaik yang dimana dapat dilihat dari bahan baku yang dipakai. Hal ini ditujukan untuk memberikan kepuasan untuk para konsumennya. Dari hal tersebut diatas dapat diketahui bahwa hal yang penting dalam memproduksi suatu produk rebana adalah kualitas produk rebana yang dihasilkan, agar nantinya konsumen tidak kecewa dengan produk yang dibelinya. Senada dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulum dkk (2015) menyatakan bahwa dengan menekan pada mutu kualitas dan pengembangan produknya dari segi bentuk, jenis dan variasi agar tetap menjadi ciri khas darai produk yang dihasilkan dapat mampu menarik minat konsumennya dan mempertahankan pelangganya.

Adanya pandemi covid-19 permintaan produk kerajinan rebana mengalami penurunan rata-rata dari pemilik usaha kerajinan rebana memiliki strategi tersendiri untuk menghadapinya diantaranya yaitu dengan menurunkan kapasitas produksi barang jadi per hari. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari penumpukan produk jadi yang berlebihan. Bagi para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara sebaiknya lebih meningkatkan

strategi produk dengan membuat varian produk dengan berbagai macam pilihan dan harga yang bervariasi agar konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginan. Strategi tersebut seperti dilakukan oleh Gallery diasuki yang menjual produk buket bunga, dimana dalam menghadapi adanya pandemi covid-19 usaha tersebut mengeluarkan strategi produk dengan inovasi produk buket bunga terbaru yaitu buket masker.



b. Harga (*Price*)

Selain strategi produk, harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang tidak boleh diabaikan yang dimana harga adalah satuan yang digunakan untuk mengukur nilai dari sebuah barang atau produk yang berupa uang yang dapat mempengaruhi volume penjualan sehingga mampu bersaing dalam sebuah produk dipasaran. Selain itu jika penetapan harga yang salah dapat mempengaruhi kelancaran dalam penjualan produk

rebana. Menurut Kotler dan Keller (2009) harga merupakan sejumlah uang atau barang yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada penjual atas suatu produk atau jasa. Dalam menentukan suatu harga produk, perlu adanya pertimbangan seperti daya beli konsumen. Keputusan dalam harga sangat penting untuk diperhatikan, karena harga merupakan salah satu pengaruh terhadap laku atau tidaknya produk yang dijual.

Dalam menawarkan harga para pemilik usaha kerajinan rebana membandrol setiap produk dengan harga yang berbeda-beda. Konsumen dapat melakukan tawar-menawar untuk mencapai harga yang disepakati. Dalam penetapan harga, para pemilik usaha kerajinan rebana melihat pada kondisi pasar dan segmentasi pasar yang sudah ditetapkan. Harga dirancang agar dapat dijangkau oleh kalangan menengah kebawah serta kalangan menengah keatas. Sehingga harganya bervariasi sesuai segmen yang dituju. Harga untuk setiap produk kerajinan rebana disesuaikan dengan jenis dan modelnya. Harga jual dipertimbangkan sebaik mungkin dengan menyesuaikan kualitas produk rebana, biaya bahan baku, upah karyawan, dan menyesuaikan harga dipasaran. Menurut Assauri (2010: 224) yang mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga adalah faktor yang mempengaruhi secara langsung yang meliputi harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan lain-lain.

Senada dengan pendapat dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulum, dkk (2015) bahwa harga jual dipertimbangkan sebaik mungkin dengan mengatur biaya produksi, keuntungan yang ingin diambil serta biaya pemasarannya hal tersebut untuk menghindari kerugian. Harga satu set rebana semarangan, harga mulai dari Rp. 3500.000-Rp.3800.000. Harga rebana habsyan rata-rata Rp.2.500.000-Rp.2600.000. Dan untuk harga eceran hadroh/terbang Rp.250.000 - Rp. 2900.00/pcs, bas hadroh harga Rp.500.000-Rp.600.000/pcs, harga tam kulit dan keprak mulai dari Rp. 80.000-Rp. 150.000/pcs. Kemudian harga darbuka dari Rp. 500.000-Rp.600.000/pcs. Berkaitan dengan harga produk kerajinan rebana konsumen menyatakan bahwa produk rebana dari Pecangaan Jepara selain bentuk dan kualitas produk bagus harga yang ditawarkan jauh lebih murah dibandingkan dari pada harga produk rebana dari luar daerah jepara seperti produk rebana buatan Magelang, Brebes, Gresik dan Demak.

Harga produk kerajinan rebana Pecangaan Jepara yang ditawarkan sesuai dengan kualitas. Untuk menentukan harga jual produk kerajinan rebana para pemilik usaha dalam menetapkan harga tidak melebihi harga pasaran pada umumnya karena para pemilik usaha tidak ingin memberatkan konsumen dengan mematok harga yang terlalu tinggi yang melebihi harga pasaran yang sudah ada. Dan menurut beberapa konsumen dari kerajinan

rebana Pecangan Jepara berpendapat bahwa harga yang ditawarkan sampai sekarang ini sangat terjangkau. Jika dibandingkan dengan harga produk kerajinan rebana dari luar daerah Jepara jauh lebih mahal.

Menurut tanggapan konsumen kesesuaian harga dengan kualitas produk sudah diterapkan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana. Konsumen melihat dari segi kualitas bahan baku dari alat musik rebana menggunakan kayu mahoni, nangka dan trembesi yang membuat hasil finishing maksimal. Kulit menggunakan kulit kambing betina yang sudah melahirkan yang membuat suara menjadi bagus. Hal tersebut sangat sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh pemilik usaha kerajinan rebana Pecangan Jepara. Dengan harga yang terjangkau dapat membeli produk yang berkualitas.

Dalam segi persaingan harga terjadi persaingan antara sesama pemilik usaha kerajinan rebana yang ada di Pecangan Jepara ataupun dari luar daerah Jepara. Berkembangnya era digital sekarang ini pemasaran digital banyak mempengaruhi usaha untuk maju atau malah sebaliknya. Hal tersebut terjadi pada pemasaran dari kerajinan rebana Pecangan Jepara yang terjadi persaingan harga di pasar online. Persaingan terjadi karena banyaknya pelaku usaha baru dengan bidang yang sama dengan dilatarbelakangi oleh meningkatnya permintaan produk rebana dipasaran. Persaingan

harga terjadi secara sehat. Masing-masing pemilik usaha kerajinan rebana dalam menawarkan harga kepada konsumen mempunyai strategi tersendiri dalam mencari calon konsumen.

Adanya persaingan harga produk rebana di pasaran membuat para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara harus mempunyai strategi pemasaran yang matang dan jitu untuk menarik minat beli konsumen. Salah satu strategi yang banyak di jalankan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana yaitu memberikan potongan harga kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2007: 104) jenis-jenis diskon terbagi menjadi tiga yaitu diskon tunai, potongan harga, diskon musiman. Potongan harga yang sudah diterapkan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana bermacam-macam jenisnya diantaranya yaitu penerapan potongan harga tunai dimana pemilik usaha kerajinan rebana memberikan potongan harga kepada konsumen jika pembayaran di lakukan secara tunai ditempat. Potongan harga diberikan sebesar Rp. 300.000 jika membeli satu set alat rebana lengkap. Salah satu pemilik usaha menyatakan bahwa potongan harga ini sering diberikan kepada reseller atau konsumen yang langsung membayar tunai atau membayar ditempat.

Kemudian ada potongan harga kuantitas. Potongan harga ini sering juga diterapkan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana yaitu setiap pembelian atau pesanan produk dalam jumlah banyak

pemilik usaha rebana memberikan potongan harga sebanyak 10% dari total harga atau potongan harga bonus produk satu pecs jenis alat musik rebana. Salah satu pemilik usaha kerajinan rebana menyatakan bahwa strategi pemberian diskon ini sangat efektif untuk menarik konsumen dalam membeli produk dalam jumlah banyak. Selain diskon tunai dan diskon kuantitas para pemilik usaha kerajinan rebana juga menerapkan diskon musiman biasanya diskon ini diberikan pada bulan-bulan tertentu saja yaitu pada bulan maulid.

Keterjangkauan harga sangat penting untuk diperhatikan dalam menawarkan produk ke konsumen. Seperti yang terjadi pada harga kerajinan rebana Pecangaan Jepara. Dari tanggapan konsumen bahwa rata-rata dari pemilik usaha kerajinan rebana dalam menawarkan harga ke konsumen masih terjangkau. Harga tersebut selisih banyak dengan harga produk kerajinan rebana yang ditawarkan dari luar daerah Jepara.

Dalam melayani pembayaran rata-rata para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara memberikan pelayanan yang terbaik dengan cepat dan mudah. Cara pembayaran yang diterapkan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana yaitu menggunakan pembayaran tunai di tempat, pembayaran dengan sistem DP (uang muka) diawal dan pembayaran dengan transfer uang lewat rekening bank. Pembayaran secara tunai diterapkan

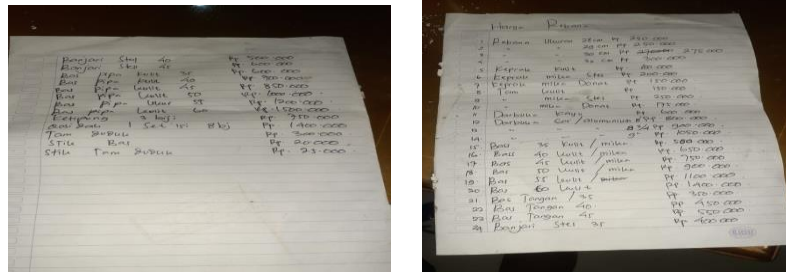
oleh para pemilik usaha kerajinan rebana untuk konsumen yang membeli kerajinan rebana yang langsung datang ketempat. Sedangkan pembayaran dengan sistim DP untuk pembayaran produk pesanan biasanya produk rebana ukiran. Dan pembayaran secara transfer uang lewat rekening bank digunakan oleh konsumen yang membeli produk dari luar daerah kabupaten Jepara. Menurut tanggapan dari konsumen cara pembayaran tersebut sangat efektif digunakan karena dapat mempermudah dan mempercepat transaksi pembelian untuk konsumen luar daerah kota Kepara. Terdapat kendala dengan cara pembayaran DP (uang muka) di awal untuk produk pesanan sesuai keinginan konsumen dimana, terjadi pembatalan produk pesanan atau pesanan tidak diambil oleh konsumen yang menyebabkan kerugian dalam proses produksi.

Dalam menghadapi pandemi covid-19 para pemilik usaha kerajinan rebana tidak memiliki strategi khusus. Strategi harga yang diterapkan masih sama dengan sebelum pandemi. Para pemilik usaha kerajinan beranggapan bahwa adanya pandemi covid-19 tidak bermasalah pada harga yang ditentukan melainkan karena ekonomi melemah. Namun Adanya pandemi covid-19 para pemilik usaha lebih mengutamakan pembayaran dengan cara transfer dari pada tunai walaupun transaksi berada di lokasi rumah

produksi. Hal ini untuk menghindari adanya penyebaran covid-19 dan mematuhi peraturan protocol kesehatan.

Adanya beberapa kendala yang ada sebaiknya para pemilik usaha dapat memperhatikan permasalahan tersebut yaitu dengan membuat daftar harga yang lebih terjangkau, dan memberikan potongan harga yang lebih menarik lagi untuk konsumen, contohnya memberikan diskon 20% berlaku apabila konsumen telah melakukan pembelian diatas Rp. 5000.000 terhadap semua jenis produk rebana hal ini sama yang dilakukan oleh usaha Gallery Diasuki yang menerapkan diskon khusus di masa pandemic covid-19.

Sebaiknya dalam sistem bayar dimuka diawal ini benar-benar ditingkatkan dalam menjalin kepercayaan antara konsumen yaitu bayar dimuka di berikan di awal sebanyak setengah harga dari total harga produk hal ini sesuai dengan yang diterapkandi usaha catering Bina Sakinah semarang yang menerapkan pembayaran uang muka dari setengah harga produk. Kemudian setelah produk pesanan jadi konsumen harus melakukan pelunasan yang pada tahap akhir pengiriman produknya. Hal tersebut karena nantinya untuk menghindari pembatalan pesanan secara sepihak yang dilakukan oleh konsumen.



c. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap industri untuk menginformasikan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar produk dikenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta oleh calon konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009) promosi adalah berbagai cara yang dilakukan produsen atau perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk. Kegiatan promosi dapat berupa iklan, promosi penjualan, yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik maupun media online.

Didalam melakukan promosi para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara melakukan kegiatan periklanan. Periklanan merupakan salah satu sarana promosi yang sangat efektif dalam memperkenalkan dan menjelaskan hal mengenai suatu produk bagi masyarakat luas, karena jangkauannya yang lebih luas dan juga komunikatif. Strategi periklanan yang dilakukan pemilik usaha kerajinan rebana menyebarkan informasi dengan

menggunakan kabar lewat mulut kemulut, papan reklame dan menggunakan media komunikasi online. Dari hasil penelitian media komunikasi online yang digunakan diantaranya yaitu facebook, whatshap dan *marketplace* (shopee dan tokopedia). Strategi periklanan difacebook dilaksanakan dengan memasukan iklan digroup-group jual beli alat musik hadroh dari berbagai daerah dan *marketpalce* facebook. Facebook dipilih karena pemilik usaha beranggapan bahwa hampir semua kalangan masyarakat atau calon konsumen sering mengakses facebook dalam sehari-hari. Kemudian media komunikasi whatshap yaitu memanfaatkan postingan distatus dengan memberikan deskripsi menarik yang bertujuan untuk dapat menarik konsumen yang sudah berlangganan, reseller dan konsumen baru yang belum jadi membeli produk rebana.

Promosi penjualan yang dilakukan oleh pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara adalah dengan memberikan diskon dan bonus kepada konsumen. Strategi dengan memberikan diskon atau bonus ini merupakan strategi promosi yang sering digunakan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana. Diskon dan bonus tersebut yaitu dengan memberikan diskon 10% dari setiap pembelian satu set alat rebana, kemudian bonus satu jenis alat rebana jika membeli dengan jumlah banyak. Salah satu pemilik usaha kerajinan rebana menyatakan bahwa pemberian diskon dan

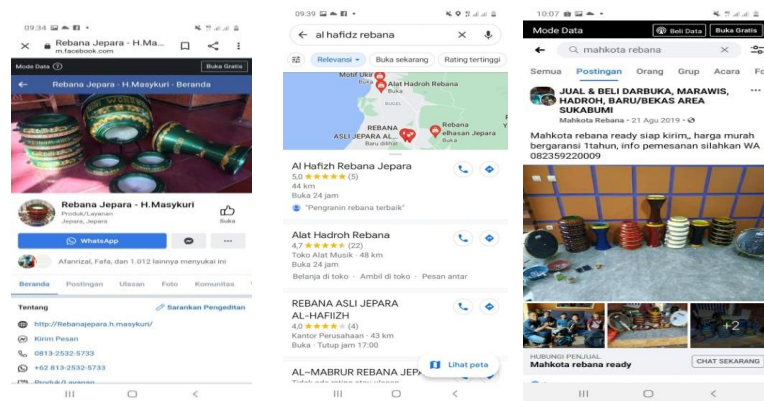
bonus tas, stick bas dan lain-lain sangat efektif untuk meningkatkan penjualan karena dalam waktu dekat konsumen akan kembali untuk membeli.

Menurut Ulum, (2015) menyatakan bahwa promosi merupakan elemen dari strategi bauran pemasaran yang digunakan untuk menarik konsumen. Dengan promosi dapat menciptakan pasar dan menambah konsumen untuk berkunjung ke usaha tersebut. Maka dapat diketahui bahwa melalui kegiatan promosi pengusaha dapat mengenalkan produknya kepada banyak orang atau calon konsumen dimana promosi tersebut dapat mengarahkan para calon konsumen tersebut melakukan transaksi membeli produk. Didukung dengan pernyataan tersebut diketahui bahwa bauran pemasaran strategi promosi telah diterapkan oleh setiap pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara. Dapat dilihat pada pengelolaan kegiatan promosi yaitu adanya kegiatan periklanan, promosi penjualan.

Pada masa pandemi seperti ini para pemilik usaha hanya memaksimalkan promosi lewat media online facebook, whatshap dan marketplace. Dengan cara mengencarkan postingan di group-group facebook dan membuat selalu mengupdate produk dimarketplace.

Sebaiknya para pemilik usaha kerajinan rebana bisa melakukan strategi promosi dengan memanfaatkan media

pemasaran online diyoutube dan instagram. Pada perkembanganya pengguna akun youtube dan instagram sekarang ini semakin meningkat, hal ini dianggap sangat baik karena dirasa dapat di jadikan sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau calon konsumen dari berbagai daerah Indonesia maupun luar Negara Indonesia. Kegiatan pemasaran online diyoutube dan instagram sama yang dilakukan oleh usaha Jati Antiq Jepara yang menerapkan pemasaran melalui media instagram dan youtube.



d. Tempat (*Place*)

Strategi bauran pemasaran pada aspek ini mencakup lokasi usaha dan pendistribusian produk kepada konsumen. Bagi konsumen lokasi usaha yang baik adalah lokasi yang letaknya strategis dan efisien. Hal ini perlu diperhatikan karena lokasi usaha yang strategis memudahkan jangkauan konsumen yang akan membeli produk dan bagi perusahaan dapat memperluas sasaran penjualan. Distribusi atau tempat menurut Kotler dan Keller (2009) adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang bertuguna

untuk menyampaikan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan kepada para konsumen.

Lokasi dari pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara tidak berada dipinggiran jalan raya. Melainkan lokasi berada didaerah pemukiman warga terdalam dengan lokasi masuk ke dalam jalan kecil. Akan tetapi pencarian tempat lokasi rumah produksi atau toko masih gampang ditemukan keberadaanya. Hal tersebut karena dengan majunya teknologi sekarang ini para pemilik usaha kerajinan rebana memasang titik lokasi dengan aplikasi google bisnis atau google maps untuk memudahkan calon konsumen mencari lokasi rumah produksi atau toko tersebut dengan hanya mengikuti rute google maps yang sudah tertera.

Bauran lokasi juga mengenalnya dengan saluran distribusi. Saluran distribusi yang dilakukan para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara adalah dengan dua cara yaitu secara online dan secara *offline*. Untuk distribusi secara online atau distribusi tidak langsung para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara mempunyai dua cara yaitu pedagang perantara dengan adanya reseller dan lembaga pelayanan pengiriman barang yaitu dengan jasa pengiriman JNT, JNE dan Pos Indonesia (PI). Sedangkan secara *offline* atau distribusi langsung yaitu konsumen untuk pembelian produk rebana langsung datang tempat rumah

produksi atau toko dari pemilik usaha kerajinan rebana Pecangan Jepara tanpa melalui agen. Pendistribusian tersebut sudah sangat efektif dilakukan para pemilik usaha selain mempermudah produsen. Adanya pendistribusian secara online ke reseller atau kekonsumen langsung dengan pemesanan melalui telepon (secara *online*) dan pengiriman melalui jasa pengiriman pada masa pandemi covid-19 dirasa sudah menjadi strategi yang tepat untuk diterapkan. Selain dapat mempermudah konsumen dalam bertransaksi juga dapat meminimalisir penyebaran pandemic covid-19.

Untuk transportasi pengiriman pesanan rata-rata para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangan Jepara menggunakan kendaraan mobil dan motor untuk menunjang pengiriman pesanan konsumen. Dimana kendaraan mobil digunakan untuk pengiriman pesanan untuk menjangkau daerah luar kota Jeapara sedangkan kendaraan bermotor digunakan untuk pengiriman pesanan ke jasa pengiriman atau untuk kegiatan produksi. Rata-rata akses jalan menuju tempat produksi, jalan masih dapat dilalui untuk kendaraan mobil maupun motor. Akan tetapi selama pandemi covid-19 ini banyak akses jalan di Indonesia dilakukan pembatasan jalan. Hal tersebut dikarenakan adanya kebijakan *lockdown* yang diterapkan pemerintah yang berdampak pada terlambatnya laju pengiriman barang kekonsumen.

Menurut Tjiptono, (1997) dalam Arifka (2021) berpendapat bahwa saluran distribusi sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat). Dapat diketahui bahwa bauran pemasaran strategi lokasi telah diterapkan oleh setiap pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara bahwa lokasi dari setiap usaha kerajinan rebana berada didaerah pemukiman yang terdalam dan tidak terlihat langsung oleh calon konsumen. Akan tetapi masih ada simbol penunjuk arah atau pemanfaatan teknologi terkini yaitu berupa penempatan titik lokasi usaha di google maps yang dimana dapat mempermudah konsumen dalam mencari lokasi para usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara. Kemudian untuk pendistribusian produk para pemilik usaha melayani dari produksi ke reseller dan dari produksi ke konsumen langsung hal tersebut dilakukan untuk memperbanyak jangkauan pemasaran. Untuk pelayanan pengiriman bisa melalui jasa pengiriman pos Indonesia, jne, jnt dan jasa pengiriman lainnya.hal tereutdilakukan untuk menjangkau memfasilitasi konsumen yang berada diluar daerah Kabupaten Jepara. Dari beberapa tempat produksi kerajinan rebana Pecangaan Jepara rata-rata tidak memiliki tempat parkir yang luas.

Sebaiknya para pemilik usaha kerajinan rebana dalam memaksimalkan strategi lokasi dapat membuat toko yang berada di pinggiran jalan. Hal tersebut dilakukan agar toko dapat gampang dilihat oleh calon konsumen. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Necis, (2020) yaitu dengan tempat yang strategis untuk sentra rebana Jawahir Toip jadi dapat mudah para konsumen untuk bisa mengetahui atau mencari tempat atau lokasi. Selain itu juga memudahkan mereka yang mencarinya karena letak toko akan langsung terlihat didepan jalan raya. Kemudian untuk penambahan transportasi armada yang digunakan bekerja bagi pemilik usaha yang belum mempunyai kendaraan penunjang pembayaran di tempat untuk daerah luar kota Kota Jepara contoh daerah Semarang, Kendal, Grobogan, Magelang, dan Demak bisa dijangkau dengan kendaraan sendiri.



e. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik atau sarana fisik adalah penyediaan bukti fisik dalam wujud fitur fisik yang dapat dilihat para konsumen

(seperti dekorasi, seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu yang nyaman, bentuk bangunan yang tampak megah dan profesional, fasilitas pendingin ruangan, peralatan canggih yang digunakan dan seterusnya) berperan penting dalam meyakinkan pelanggan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Tata letak yang efektif mampu membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang mampu menunjang diferensiasi, biaya rendah atau repon cepat (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

Penataan ruangan dalam tempat usaha merupakan strategi pemasaran yang harus diperhatikan dalam sebuah usaha. Tata ruang yang bagus berpengaruh dalam kenyamanan konsumen saat bertransaksi jual beli produk rebana. Produk yang sudah jadi atau siap jual sebagian pemilik usaha kerajinan rebana menata produknya diatas rak sesuai jenis produknya namun juga ada pemilik usaha hanya meletakkan produk di lantai tanpa ditata rapi. Untuk kebersihan lingkungan tempat yang digunakan bertransaksi rata-rata para pemilik usaha kerajinan rebana menjaga kebersihan. Karena selain menghindari kerusakan pada produk-produk yang dijual serta menambah kenyamanan konsumen saat melakukan transaksi pembelian produk. Dalam peningkatan kenyamanan konsumen dirasa kurang baik karena rata-rata pemilik usaha kerajinan rebana *layout* ruang yang digunakan untuk bertransaksi dengan ruang produksi letaknya berdekatan. Hal tersebut

berdampak pada suasana berisik akan suara alat produksi saat bertransaksi jual beli.

Hasil penelitian hampir semua pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara tidak mempunyai toko untuk menjajakan produknya. Pada dasarnya tempat usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara tidak memiliki toko melainkan hanya rumah produksi. Tempat yang terdiri dari bagian ruang tamu, ruang produksi, dan ruang-ruang lain yang pada mestinya seperti rumah pada umumnya, fasilitasnya pun masih jadi satu sama ruang pribadi dari pemilik usaha. Dalam kegiatan pemasarannya dari setiap pemilik usaha memiliki strategi pemasaran tersendiri dalam sarana prasarana yaitu dengan menggunakan pasang banner di depan rumah, dan diruang tamu dilengkapi dengan fasilitas kipas angin dan meja yang digunakan untuk meja kasir. Kemudian untuk area tempat parkir rata-rata dari pemilik usaha tidak memiliki lahan parkir yang memadai. Maka dari itu sering terjadi konsumen parkir dipinggir jalan. Dalam kegiatan bekerja karyawan tidak mengenakan seragam kerja atau bebas dalam berpakaian. Hal tersebut dirasa kurang memberikan kesan kompak dan kurang indah dipandang. Didalam penelitiannya Riski (2017) bahwa bukti fisik yang dapat memberikan tampilan yang menarik, bersih dan nyaman serta adanya lahan parkir buat konsumen yang membuat

konsumen nyaman dan merasa aman untuk memarkirkan kendaraanya dan memberi rasa kepuasan dari konsumen.

Sebaiknya pemilik usaha menyediakan rak yang digunakan untuk memajang produk yang sudah jadi agar dapat tertata rapi dan memberikan kesan menarik untuk konsumen. Kemudian membuat khusus untuk bertransaksi yang dimakan lokasi ruangan tersebut yang terhindar dari suara ramia. Perlu adanya perluasan lahan parkir, hal ini karena dapat memberikan tempat parkir yang memadai untuk kendaraan konsumen. Adanya parkiran yang memadai dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen. Konsumen akan merasa kendaraanya dalam keadaan aman saat ditinggal bertransaksi. Hal ini sama yang dilakukan oleh usaha Rabbani Semarang.



f. Orang (*People*)

Strategi bauran pemasaran aspek people berhubungan dengan perencanaan sumber daya manusia (SDM), job specification, job classification, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja. Perencanaan SDM

(sumber daya manusia) dilakukan untuk mempersiapkan karyawan berkompeten yang disesuaikan dengan pembagian kerja di sebuah usaha. Adapun rata-rata pemilik usaha kerajinan rebana pecangaan jepara memiliki jumlah karyawan antara 2-12 orang untuk bekerja dalam pembuatan kerajinan rebana, jumlah karyawan di sesuaikan dengan tingkat rata-rata pesanan produk yang masuk. Jika pesanan naik pemilik usaha akan merekrut untuk tenaga tambahan. Para pekerja rata-rata berasal dari tetangga sekitar rumah dari pemilik usaha. Hal tersebut dilakukan oleh pemilik usaha untuk mengedepankan memberi pekerjaan untuk tetangga sekitar terlebih dahulu.

Dalam merekrut karyawan rata-rata pemilik usaha lebih mengedepankan calon karyawan yang sebelumnya sudah memiliki keahlian seperti mengamplas, mengecat dan menguliti kulit. Alasan dasar agar nantinya dalam bekerja tidak terlalu banyak memberikan bimbingan dari awal. Jadi untuk tenaga kerja atau karyawan dari usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara sudah berpengalaman dalam bidangnya. Dalam pembagian kerja dari setiap pemilik usaha membagi dalam beberapa tahap yaitu pengamplasan kayu, pengulitan kulit, pemasangan kulit dikayu dan pengecatan atau finishing. Dan untuk bagian menerima konsumen pada umumnya setiap pemilik usahalah yang langsung melayani. Pembagian kerja di bagi sesuai keahlian karyawan. Menurut Arifka

(2021) menyatakan bahwa sumber daya manusia perusahaan merupakan penentu kualitas produk perusahaan karena mereka yang membuat dan menyampaikan produk kepada konsumen. Adanya pandemi covid-19 ini para pemilik usaha memiliki strategi untuk mensiasatinya yaitu dengan memberhentikan sementara karyawan atau mengurangi jumlah karyawan. Sebaiknya pada strategi orang ini cukup melakukan pengurangan jam kerja saja yang dimana agar karyawan tetap dapat bekerja dan usaha masih tetap memproduksi untuk membuat stock produk dan menunggu pesanan dari konsumen. Hal ini sama yang dilakukan usaha mebel Jati Antiq Jepara.



g. Proses (*Process*)

Strategi bauran pemasaran aspek proses mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi, fleksibilitas, biaya yang dikeluarkan, serta kualitas produk yang dikembangkan. Strategi bauran pemasaran aspek proses berhubungan dengan tata letak ruang, alur produksi, dan alur penjualan produk. Tata letak yang baik menentukan tingkat efisiensi segala aspek dalam sebuah kegiatan produksi yang bermanfaat bagi citra perusahaan. Pendapat

Zeithmal dan Bitner dalam Hururiyati (2010) bahwa proses adalah seluruh prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk. Proses biasanya identik dengan keefisienan waktu dan tingkat kemudahan. Bagi pelanggan pada umumnya selalu menginginkan proses yang cepat dan tidak rumit. Menurut Yanti (2020) atribut-atribut proses meliputi kecepatan, kemudahan, ketepatan dan tanggap terhadap keluhan pelanggan.

Dapat dilihat pada proses produksi bahwa peralatan yang digunakan dari setiap pemilik usaha kerajinan rebana sudah menggunakan mesin tidak lagi menggunakan manual. Kelengkapan peralatan yang ada sesuai dengan kebutuhan produksi. Alur produksi pembuatan alat musik rebana lancar. Akan tetapi pembagian lokasi kerja tidak terpisah masih dalam satu lokasi. Pada umumnya para pemilik usaha kerajinan rebana menerapkan alur produksi yaitu diawali dengan penerimaan pesanan bisa melalui langsung ataupun lewat telepon yang di layani langsung oleh pemilik usaha sendiri. Kemudian pesanan di catat untuk pencatatan pesanan masuk, kemudian konsumen harus membayar uang DP (bayar dimuka) untuk pesanan tersebut dan selanjutnya di kerjakan oleh para karyawan untuk di tahap pembuatan. Jika produk belum ready harus dibuatkan terlebih dahulu setelah produk jadi kemudian dikirim sesuai alamat. Jika

barang sudah ready sejak awal langsung di kirim ke konsumen atau langsung bisa diambil ke rumah produksi.

Strategi bauran pemasaran aspek proses juga membahas bagaimana alur penjualan produk kepada konsumen. Rata-rata para pemilik usaha kerajinan rebana pecangaan Jepara dalam melayani dan menerima pemesanan produk bisa melalui telepon dan langsung datang ke lokasi. Proses pemesanan melalui telepon ini dirasa sangat membantu konsumen dalam pemesanan produk tanpa perlu datang ke lokasi pemilik usaha kerajinan rebana. Proses pemesanan produk melalui telepon, di layani langsung oleh pemilik usaha kerajinan rebana. Kemudian di catat dan dikerjakan langsung oleh karyawan. Dan langkah terakhir proses pengiriman bisa dikirim lewat jasa pengiriman atau langsung dikirim oleh pemilik usaha sendiri. Menurut Arifka (2021) Proses biasanya identik dengan keefisienan waktu dan tingkat kemudahan. Terjadinya proses pengiriman tersebut antara pemilik usaha dan konsumen kurang dalam memperhatikan menjaga jarak dan memakai masker saat pengiriman barang ke konsumen.

Adanya pandemi sekarang ini dalam menghadapinya para pemilik usaha dalam proses pemesanan barang lebih mengutamakan pemesanan lewat whatshap, telepon, sms, facebook dan pengiriman lewat jasa pengiriman barang. Hal ini diterapkan

karena untuk mengikuti himbauan dari pemerintah agar menjaga jarak dan mematuhi protokol kesehatan.

Sebaiknya para pemilik usaha harus tetap memperhatikan protocol kesehatan dalam pengiriman barang. Yaitu dengan menerapkan menjaga jarak dan memakai masker saat bertransaksi dengan konsumen langsung. Hal ini diterapkan agar dapat memutuskan rantai penyebaran pandemic covid-19. Hal ini sama yang dilakukan oleh usaha Gallery Diasuki.



2. Strategi keuangan usaha kerajinan rebana di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan organisasi bisnis yang paling banyak dan terbesar di seluruh pelosok dunia, dengan kontribusinya yang besar terhadap pengembangan ekonomi, mereka sering dijuluki tulang punggung ekonomi. Namun pada kenyataannya pelaku UMKM memiliki permasalahan terkait dengan pengelolaan laporan keuangan.

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah awal dalam sebuah pengelolaan yang menjadi fungsi dasar. Perencanaan juga merupakan salah satu fungsi pengelolaan yang penting. Berbicara tentang perencanaan, kita dihadapkan pada sebuah situasi dimana suatu rencana berjalan dengan efektif atau tidak. Anggaran sebagai alat pencapai tujuan perusahaan, yaitu dalam rangka dalam memperoleh laba. Jenis-jenis anggaran penganggaran komprehensif adalah: anggaran produksi, anggaran penjualan, anggaran modal dan anggaran laba. Hal mendasar tersebut diajukan manakala kita melihat realitas keseharian yang menunjukkan banyaknya kegagalan akibat perencanaan yang kurang efektif. Menurut Robbins dan Coulter dalam Ayu (2017: 13) perencanaan merupakan menentukan strategi untuk mencapai tujuan tertentu dan perencanaan secara menyeluruh untuk mencapai mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi.

Terkait dengan teori perencanaan anggaran modal, dari ke tiga pemilik usaha kerajinan rebana yang ada di Pecangaan Jepara. Dapat dilihat dari hasil wawancara bahwa rata-rata dari para pelaku usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara mengenai perolehan modal didapatkan dari tabungan pribadi. Para pemilik usaha dalam mencari sumber modal tidak melakukan pinjaman ke bank atau koperasi. Para pemilik usaha beranggapan bahwa peminjaman modal

ke bank atau koperasi selain persyaratannya rumit juga terdapat bunga yang harus dibayar. Setelah memiliki cukup modal maka keputusan investasi mengenai modal digunakan untuk pembelian aset tetap seperti membangun tempat produksi yang lebih layak, pembelian alat produksi dan untuk modal kerja seperti pembelian bahan baku dan pemberian gaji karyawan yang dilakukan secara bertahap. Menurut Layinna dan Waode (2017: 91) setiap bisnis mutlak perlu memiliki pengelolaan manajemen modal kerja yang baik. Manajemen modal kerja itu sendiri memiliki fungsi sebagai pembiayaan operasional usaha sehari-hari seperti pembayaran gaji dan upah bagi karyawan, pembelian bahan baku, pembayaran ongkos angkutan, pembayaran hutang yang telah jatuh tempo, dan lain sebagainya. Perencanaan modal kerja yang telah dikeluarkan itu diharapkan akan dapat kembali lagi masuk dalam usaha dan waktu yang singkat melalui hasil penjualan produksinya.

Rata-rata para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara dalam penggunaan anggaran pemilik usaha tidak memisahkan uang pribadi dengan modal usaha. Dalam perputaran kas suatu usaha baiknya memisahkan uang pribadi dengan modal usaha kedalam masing-masing tempat penyimpanan rekening berbeda hal tersebut, agar pemilik usaha dapat mengetahui dengan baik keuangan usaha sebenarnya. Strategi perencanaan yang digunakan para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara pada modal kerja di masa

pandemi covid-19 lebih memilih pinjam ke orang terdekat dan menjual aset berwujud berupa perhiasan untuk cadangan modal usahanya dari pada pinjam ke bank.

Menurut Ucig (2020) perencanaan produksi yang tepat akan membantu usaha untuk menerapkan efisiensi. Semakin tinggi efisiensi, maka semakin besar profit yang di terima oleh suatu usaha. Senada dengan pendapatnya Mahon (1998) meneliti perencanaan keuangan dan kontrol termasuk tujuan keuangan dan target, analisis biaya –volume –profit, harga, penganggaran keuangan dan control dan pusat-pusat tanggung jawab manajerial. Perusahaan biasanya mempersiapkan beragam rencana dan anggaran. Beberapa diantaranya termasuk rencana penjualan, rencana produksi, rencana biaya dan anggaran biaya dan laporan laba rugi dianggarkan dan neraca.

Para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara pada umumnya telah memiliki perencanaan produksi yang dibuat oleh pemilik usaha yang menjadi prosedur tetap dari setiap pemilik usaha rebana tersebut. Hal ini menjadi suatu kelebihan dalam menjalankan produksi sehingga usaha jadi tidak kebingungan lagi mengenai produksi dan biayanya. Seperti yang telah diceritakan oleh para pemilik usaha kerajiana rebana Pecangaan Jepara perencanaan produksi sendiri dimulai dari melihat permintaan jumlah produk oleh konsumen baru maupun konsumen reseller dari berbagai daerah,

kemudian melihat fenomena acara yang ada di masyarakat seperti acara pengajian, sholawatan dan acara festival lomba rebana. Dari hal tersebut pemilik usaha kerajinan rebana dapat mengetahui perencanaan produksi yang harus disiapkan yaitu jumlah produk yang hendak diproduksi, kebutuhan persediaan bahan baku kayu dan kulit yang harus disiapkan, kemudian karyawan yang dapat bekerja, kapasitas jumlah barang yang dihasilkan per hari dan persiapan modal untuk pembiayaan. Strategi perencanaan produksi setiap pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara umumnya sama pada masa pandemi corona perencanaan produksi di ukur dari banyaknya pesanan yang masuk hal tersebut digunakan untuk mengukur pembuatan stock produk jadi setiap harinya. Kemudian sebagian pemilik usaha kerajinan rebana menerapkan strategi pengurangan karyawan dan pengurangan jam kerja karyawan. Biasanya normalnya kerja dalam satu minggu enam hari kerja pada masa pandemi covid-19 ini dikurangi menjadi tiga hari kerja, kemudian dari beberapa pemilik usaha memilih mengurangi kapasitas produksi yang biasanya bisa menghasilkan produk jadi 20 pcs/hari di kurangi menjadi 10 pcs/hari.

Untuk harga produk sendiri telah menjadi ketetapan usaha hanya akan ditambah dengan biaya pemasaran jika tempat penjualan jauh, jadi harga penjualan akan berbeda tergantung jauh wilayah pasar dengan tempat produksi. Perencanaan jumlah

penjualan produk dilakukan pemilik usaha setiap bulan dimulai dari memprediksi jumlah penjualan dan berakhir pada jumlah penjualan sebenarnya. Prediksi penjualan yang dilakukan pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara terbentuk dari pembelian rutin oleh konsumen langsung dan para reseller dari berbagai daerah. Kemudian para pemilik usaha rebana biasanya ikut dalam stand expo festival lomba rebana dan penjualan secara online lewat e-commerce yang dapat menjangkau pasar yang luas bahkan global.

Menurut Fatoki (2014) menyatakan bahwa sebagian besar dari pemilik usaha mikro kecil menengah tidak terikat pada rencana keuangan, penganggaran dan pengendalian keuangan. Para pemilik usaha rebana menggunakan anggaran untuk membuat perencanaan masa depan, yaitu dengan menyisihkan atau menganggarkan modal untuk pengembangan usaha dari meningkatkan kapasitas produksi, menambah bahan baku, menambah karyawan dan memperluas tempat kerja. Sebab langkah pertama dari proses perencanaan adalah menetapkan tujuan yang jelas agar kinerjanya dalam menjalankan usaha bisa lebih efektif dan efisien. Maka dari itu proses perencanaan adalah menetapkan tujuan yang jelas agar kinerjanya dalam menjalankan usahanya bisa lebih efektif dan efisien.

Sebaiknya para pemilik usaha dapat memanagemen keuangan usahanya dengan baik lagi dengan memisahkan

penggunaan anggaran modal usaha dengan uang pribadi dengan rekening bank yang berbeda. Hal tersebut dilakukan agar pemilik usaha dapat mengetahui dengan baik keuangan usahanya.

b. Pencatatan keuangan

Setiap usaha sudah pasti mengharapkan usahanya berhasil, maknanya wirausaha dapat memperoleh pendapatan dari wirausahanya. Oleh karena itu setiap menjalankan usahanya harus melakukan pencatatan keuangan. Pencatatan merupakan salah satu kegiatan mencatat setiap transaksi keuangan yang telah terjadi, system penulisanya sistematis dan kronologis.

Dari hasil pengamatan secara langsung keterbatasan yang terlihat adalah bahwa para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara tidak membuat catatan atas keuangan harian hasil usaha mereka. Pencatatan yang dilakukan oleh para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara rata-rata hanya sebatas melakukan pencatatan pendapatan dan biaya saja. Pendapatan hanya tertulis berupa pencatatan penjualan dari produk kerajinan rebana dan untuk biaya mereka masih tercampur pengeluaran pribadi dengan pengeluaran produksi seperti biaya bahan baku, air, listrik dan biaya transportasi. Pencatatan akuntansi yang dilakukan oleh pemilik usaha pada awal memulai usaha pencatatan yang digunakan hanya sebatas mengetahui laba usaha dengan perhitungan yang sangat sederhana.

Mayoritas dari seluruh pelaku usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara tidak mencatat pembukuan keuangan secara terstruktur berdasarkan standard akuntansi yang baku. Penyelenggaraan kegiatan pencatatan pada usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara hanya dilakukan pada pencatatan penjualan berupa pencatatan nota penjualan dan beberapa orderan yang dipesan oleh konsumen. Pencatatan yang di buat tidak disertai laporan lanjutan atau rekapan. Bahkan para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara terkadang hanya mengandalkan ingatan untuk memperkirakan berapa pendapatan yang akan mereka dapat. Tidak dilakukan pencatatan keuangan yang baik akan berdampak pada ketidaksesuaian antara nominal uang dalam catatan dengan nominal uang dalam kas. Dari hal tersebut banyak terjadi dari para pemilik kerajinan rebana Pecangaan Jepara sering menemui kesulitan untuk mengetahui informasi keuangan yang dihasilkan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tidak diterapkannya pencatatan akuntansi oleh para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara diantaranya yaitu kurangnya pengetahuan pencatatan akuntansi yang baik dimiliki oleh setiap pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara. Pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara beranggapan bahwa pencatatan akuntansi belum terlalu dibutuhkan dalam usahanya karena pemilik usaha masih ikut dalam mengelola keuangan usaha maka dari itu para pemilik usaha

tidak menerapkan pencatatan keuangan sesuai dengan standard akuntansi yang baku. Pada penelitian terdahulu Andriani, dkk (2014) menyatakan bahwa pencatatan keuangan suatu usaha penting untuk dilakukan dengan melakukan pencatatan keuangan dapat diketahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran sehingga nantinya dapat menghitung laba yang diperoleh dan dapat mengetahui bagaimana kinerja usahanya.

Sebaiknya para pemilik usaha menerapkan pencatatan keuangan sesuai dengan standard akuntansi yang baku. Adanya beberapa kendala yang ada dapat diatasi dengan mengikuti pelatihan cara pembuatan pencatatan akuntansi usaha yang baik dan atau pemilik usaha dapat merekrut karyawan yang mempunyai keahlian khusus dalam pencatatan keuangan usaha.

Kerajinan Terbang
"MUBAROKAN TOYIBAN"

ORDER CONTROL

No	Nama Barang	Ukuran	Kecok	Tan	Keterangan
1	TERBANG	50			10/50 700
2	BAS MUKA				10/50 700
3	BAS KULIT	4 x 4 + 4	causah		10/50 700
4	TAM				10/50 700
5	CEPIK / KEPLAK				10/50 700
6	DUMBUK				10/50 700
7	CALTI				10/50 700
8	KETIPUNG				10/50 700

Selesai Tanggal: 10/50 700

ACC

AL-HAFIZH
Pusat Pengajaran, Kalkulasi, Laporan
Akuntansi, Pajak, Sistem Akuntansi & Sistem
Informasi Manajemen (Sistem Informasi Manajemen)

Phone / WA : 08582718853
Fax / Email : 0218922310 | indragiri@alhafizh.com
FB : Rulbarani Al-Hafizh Jember
No. Rekening Bank : 08582718853

Al-Hafizh Jember
Jember, Indonesia

NOTA

Pcs/Set	Nama Barang	Harga	Total
10	50 x 700	100.000	1.000.000

c. Pelaporan

Menurut Yustian (2017) pelaporan merupakan langkah selanjutnya setelah selesai memosting ke buku besar, dan buku besar yang pembantu yang nantinya ditutup setiap akhir bulanya kemudian

dipindahkan ke ikhtisar laporan keuangan sebagai dasar penyusunan laporan keuangan. Kinerja sebuah UMKM dapat dinilai berdasarkan laporan yang dibuat secara periodik. Pelaporan menurut Kuswadi (2015) bahwa kegunaan laporan yang dibuat tidak hanya sekedar angka-angka tertulis tetapi memiliki informasi. Menurut Layinna dan Waode (2018) informasi tersebut digunakan oleh pihak intern dan pihak ektern perusahaan. Bagi pihak intern laporan keuangan berguna untuk menilai kinerja keuangan perusahaan selama satu periode pencatatan yang kemudian dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan bisnis berikutnya. Sedangkan bagi pihak ekstern laporan keuangan digunakan untuk menilai kelayakan usaha sebagai dasar pemberian kredit pinjaman modal untuk perusahaan. Perusahaan yang baik, minimal akan membuat laporan keuangan secara bulanan. Laporan keuangan utama yang biasanya dibuat oleh suatu bisnis adalah laporan laba rugi, neraca dan laporan arus kas.

Pada umumnya pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara rata-rata tidak membuat pelaporan keuangan sesuai standard akuntansi yang baku seperti yang telah diatur dalam standar akuntansi keuangan untuk usaha sejenis UMKM, yakni SAK-EMKM. Proses pembukuan akuntansi yang terjadi pada usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara belum menunjukkan adanya penerepan SAK-EMKM didalamnya. Yakni belum membuat adanya

laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan laporan arus kas. Laporan yang disajikan dalam upaya pengawasan atau pengendalian manajemen usaha hanyalah sebatas laporan yang disusun atas dasar pemahaman pribadi yang dirasa mudah untuk mengetahui perkembangan usaha yang dijalankan.

Penyusunan laporan keuangan dibuat dengan campuran, dimana tidak adanya pemisahan antara uang pribadi dengan uang usaha. Pengawasan laba rugi dilakukan secara langsung dari perhitungan uang masuk dan uang keluar dalam satu bulan. Dokumen-dokumen yang digunakan merupakan hasil kreasi penyusunan sendiri berdasarkan keperluan masing-masing pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara. Kebijakan pemilik usaha kerajinan rebana dalam kaitanya dengan kesejahteraan karyawan, maka gaji karyawan diberikan setiap akhir pekan dan gaji harian dengan standar gaji yang ditetapkan oleh masing-masing pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara.

Pemilik usaha juga menyediakan nota penjualan sebagai bukti transaksi, namun pencatatan bukti transaksi tersebut tidak dilanjutkan sebagai pencatatan dalam bentuk jurnal pembukuan akuntansi, posting kebuku besar dan pengikhtisaran dalam neraca saldo sampai pada pelaporan keuangan.

Kendala dalam penyusunan laporan keuangan mengakibatkan laporan yang disusun tidak mencerminkan proses

akuntansi yang lazim diterapkan. Dari persoalan tersebut menyebabkan kurang tercapainya tujuan dari penyusunan laporan keuangan yaitu untuk menyajikan informasi mengenai beberapa transaksi dan posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Keterbatasan pengelola usaha dalam menerapkan atau menyusun laporan keuangan yang sesuai SAK-EMKM disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan waktu dalam mengelola keuangan usaha yang dijalankan, karena selain harus mengelola keuangan, pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara juga harus mengendalikan kinerja karyawan dan pengembangan bisnisnya. Kemudian sumber daya manusia yang terbatas dari usaha yang sedang berjalan, karena pada umumnya manajemen keuangan masih ditangani dengan sendirinya oleh pemilik usaha. Sesuai pendapatnya Riyanto (2000:11) bahwa dengan laporan keuangan pemilik usaha dapat memperoleh informasi tentang posisi keuangan, kinerja keuangan, perubahan modal pemilik dimasa lalu, menjadi salah satu bahan pengamilan keputusan, dimasa yang akan datang dan mengetahui nilai perubahan kas dan distribusinya.

Sebaiknya para pemilik usaha dapat menerapkan pembuatan laporan keuangan dengan sesuai SAK-EMKM didalamnya. Adanya kendala kurangnya sumber daya manusia dalam

menyusun pelaporan tersebut dapat diatasi dengan mengikuti pelatihan cara membuat laporan keuangan yang baik dan benar. Pelaporan berguna untuk nantinya dapat mengetahui posisi keuangan usaha yang jelas.

d. Pengendalian

Pengendalian merupakan salah satu cara untuk mengukur dan menilai kinerja dari setiap bagian organisasi atau perusahaan. Jika terjadi kekeliruan atau kesalahan dalam kinerjanya maka akan melakukan perbaikan. Pengendalian merupakan suatu inisiatif yang akan mengubah kemungkinan-kemungkinan yang mencapai hasil yang diharapkan.

Pengendalian yang dilakukan oleh pemilik usaha kerajinan rebana bahwa rata-rata tidak memiliki keuangan yang jelas dan tidak melakukan audit keuangan. Dalam pengendalian keuangan pemilik usaha mengarsipkan nota penjualan, memiliki prosedur pemesanan barang, dan memiliki prosedur pengembalian barang. Akan tetapi pemilik usaha tidak melakukan pengarsipan nota keluar (kas keluar) dikarenakan sebagian kas keluar mengandalkan ingatan pemilik usaha yang terkadang lupa. Seperti yang telah disampaikan bahwa rata-rata pemilik usaha tidak memiliki aturan tertentu dalam pengendalian keuangan usaha karena, dalam pengendaliannya mengenai administrasi keuangan masih dipegang sendiri oleh pemilik usaha.

Pengendalian lainnya pada masa pandemi covid-19 sekarang ini para pemilik usaha kerajina rebana Pecangaan Jepara untuk produksi produk jadi setiap harinya dikurangi yang semestinya normal sehari bisa menghasilkan 20 pecs sedangkan di masa pandemi covid-19 menjadi 10 pecs. Hal tersebut dilakukan menghindari penumpukan stock produk. Kemudian adanya pengurangan karyawan dan pengurangan jam kerja karyawan. Menurut Handoko (2011: 40) pengendalian digunakan sebagai pejamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Meyimpan bukti transaksi merupakan kegiatan UKM yang secara tidak sadar mereka telah melakukan pengendalian keuangan mereka. Pentingnya pengarsipan nota penjualan ini akan berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan karena itu sebagai bukti transaksi yang sudah berjalan.

Sebaiknya pengendalian usaha dapat ditekan pada pencatatan usaha dan pelaporan usaha dari masing-masing pemilik usaha kerajinan rebana. Hal tersebut agar dapat memberikan informasi yang tepat akan keadaann usahanya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Strategi pemasaran usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19 dilihat dari strategi bauran pemasaran 7P yang meliputi aspek produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang dan proses. Dari aspek bauran pemasaran 7P yang telah dilaksanakan setiap pemilik usaha kerajinan rebana terdapat modifikasi seperti menurunkan jumlah produksi produk jadi per hari, mengurangi jumlah karyawan dan mengurangi jam kerja karyawan.
2. Strategi keuangan usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara dalam menghadapi pandemi covid-19 yang meliputi strategi perencanaan, pencatatan, pelaporan dan pengendalian. Bahwa strategi yang telah diterapkan agar dapat menghadapi pandemi covid-19 yaitu pemilik usaha kerajinan rebana dalam strategi perencanaan modal usaha ditengah pandemi covid-19 lebih memilih menjual aset berwujud berupa perhiasan dan ataupun pinjam keteman dari pada pinjam di bank. Kemudian dalam strategi pencatatan para pemilik usaha hanya melakukan pencatatan kas masuk dan kas keluar secara manual saja. Strategi pelaporan para pemilik usaha rata-rata tidak membuat pelaporan keuangan sesuai standard akuntansi yang baku. Strategi

pengendalian yaitu dengan pengarsipan nota penjualan, prosedur pemesanan barang dan prosedur pengembalian barang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat dipaparkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pemerintah Kabupaten Jepara

Dapat lebih memperhatikan pengembangan usaha kecil menengah dengan melakukan pengadaan pelatihan manajemen pengelolaan keuangan yang berkaitan dengan pencatatan dan pelaporan keuangan usaha, hal ini dilakukan agar pemilik usaha dapat mengembangkan usahanya.

2. Bagi para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara

Bagi para pemilik usaha kerajinan rebana Pecangaan Jepara perlu memperhatikan adanya perluasan lahan parkir untuk kendaraan konsumen hal tersebut dilakukan agar konsumen dapat parkir secara aman dan nyaman. Selain itu para pemilik usaha juga perlu adanya penyekatan ruangan atau pemberian jarak antara ruang transaksi dengan ruang produksi, mendirikan toko dan rak produk hal tersebut untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan kerapian pada produk. Kemudian untuk strategi keuangan usaha kerajinan rebana perlu dilakukan kegiatan pencatatan dan pelaporan usaha hal tersebut agar para pemilik usaha kerajinan rebana dapat mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran sehingga nantinya dapat menghitung laba yang diperoleh dan dapat mengetahui bagaimana

kinerja usahanya dan dapat memperoleh informasi tentang posisi keuangan, kinerja keuangan, perubahan modal pemilik dimasa lalu, menjadi salah satu bahan pengamilan keputusan, dimasa yang akan datang dan mengetahui nilai perubahan kas dan distribusinya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Wilayah pada penelitian ini hanya terbatas pada satu desa saja, belum sampai pada wilayah satu kecamatan atau satu Kabupaten Jepara. Sehingga untuk penelitian selanjutnya bisa dijadikan sebagai penelitian lanjutan untuk melengkapi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *None*, 1(3), 210812.
- Anam, K. (2019). Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Di Kabupaten Jepara. *Journal of Politic and Government*
- Anwar, F. (2015). Analisis Tingkat Pendapatan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Rebana Desa Bungah, Kecamatan Bungah Di Kabupaten Gresik (*Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang*).
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan *E-Marketing* Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Azliani, N., Adibrata, Y., & Clement, Y. (2015). Strategi Pemasaran dalam Pengembangan UMKM Berbasis Kerajinan untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi Kasus di Desa Kopo, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Bonita, F. (2013). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 2(3).
- Fidiyarti, H. (2014). Peningkatan Apresiasi Siswa Mts Ma'arif Nu 01 Gandrungmangu Terhadap Kesenian Rebana.
- Fitriana, A. N. (2014). Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 281-286.

- Hamid, E. S., & Susilo, Y. (2011). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Pulungsari, I. (2018). Manajemen Unit Kegiatan Mahasiswa Dalam Pengembangan Bakat Minat Mahasiswa Universitas PGRI Semarang
- Kartiko, N. D. (2020). Insentif Pajak Dalam Merespons Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal pkn (Jurnal Pajak dan Keuangan Negara)*, 2(1), 124-137.
- Kuswanto, K., & Alfi, I. (2020). Strategi Keuangan UMKM Cilacap Menghadapi Pandemi Covid 19 (Studi Kasus UMKM Kabupaten Cilacap). *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 2(1), 40-51.
- Maramis, C. N. (2013). Analisis Pertumbuhan Ekonomi, Konsumsi, Investasi, dan Ekspor Neto di Indonesia dan Sulawesi Utara Sebelum dan Sesudah Krisis Finansial Global Tahun 2008. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Meilanih. (2016). Perkembangan Seni Rebana Biang Pada Masyarakat Kecamatan Jagakarsa Jakarta.
- Nanda, A. A., & Farida, L. E. (2018, December). Strategi Pengembangan Digital Entrepreneur Di Kota Banjarmasin Dalam Menghadapi *Era Asean-China Free Trade Agreement*. In *Proceeding of National Conference on Asbis* (Vol. 3, pp. 81-90).
- Sabrina, E. A. (2020). *Analisis Manajemen Keuangan Pada Usaha Kecil Menengah Kacang Jaruk Hj. Ati Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah*

Kalimantan Selatan (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).

Setyanto, A. R., Samudro, B. R., Pratama, Y. P., & Soesilo, A. M. (2015). Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial (Ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).

Sulistiono, A., & Mulyana, M. (2010). Strategi Pengembangan Pemasaran Ukm Pengrajin Sepatu Sandal. *Hasil Penelitian Peneliti Muda, Marketing Corner* <http://mmulyana.wordpress.com>, diakses tanggal, 15.

Supriono, H. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pt Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Syaiful, F. F., & Elihami, E. (2020). Penerapan Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Minuman Kamsia Boba Milik Abdullah Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(2), 343-359.

Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.

Wicaksono, A. (2015). Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Jepara
(*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Semarang). *Studies*, 8(03), 2
(meilanih, 2016)11-220).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Usulan Pengajuan Judul

UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
 Program Studi Pendidikan Ekonomi
 Jl. Gajah Raya No.40 Semarang Telp. 8316377, 8448217 Fax. 8448217

USULAN TEMA / JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Yth. Ketua Program Studi
 Pendidikan Ekonomi

Dengan hormat,
 Yang bertanda tangan di bawah ini,
 Nama : Mohamad Riduwan
 NPM : K.220062
 Bermaksud menzijukan tema skripsi dengan judul :
Strategi pengembangan usaha kerajinan rebana dalam
menghadapi pandemi covid-19 di kecamatan pecangaan
Kabupaten Jepara

Selanjutnya, untuk penentuan dosen pembimbing skripsi kami serahkan sepenuhnya kepada
 Ketua Program Studi, dengan keputusan pembimbing skripsi sebagai berikut :

1. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd.
2. Aryan Eka P.N, SE., M.Pd.

Menyetujui,
 Ketua Program Studi,

Semarang, 7 Juli 2020
 Yang mengajukan,

Novika Wahyuhastuti, SE., M.Si
 NIP 197811192005012002

Moh. Riduwan
K.220062

DAFTAR PEMBIMBING

1. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd	7. Aryan Eka P.N, SE., M.Pd
2. Antono Herry P.A, SE, M.Si	8. Riyanto, SE., M.Si
3. Novika Wahyuhastuti, SE., M.Si	9. R. Infyaningsih, SE., MM
4. Dwi Prastiyo Hadi, SE., M.Si	10. Valdyan Drifanda, S.Pd., M
5. Dawid Fima Setiawan, S.Pd., M.Pd	11. Mahmud Yunus, S.Pd., M.Pd
6. Oktavia Acha S, S.Pd., M.Pd	

Lampiran 2. Persetujuan Proposal

PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Rebana Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Jepara”, disusun oleh:

Nama : Mohamad Riduwan

NPM : 16220062

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan

Telah disetujui dan disahkan pada :

Hari :

Tanggal :

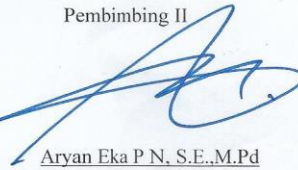
Pembimbing I



Dr. Endang Wuryandini, M.Pd

NPP. 136401416

Pembimbing II

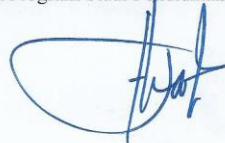


Aryan Eka P N, S.E., M.Pd

NPP. 158901497

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si.

NIP. 197811192005012000

Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Penelitian

 UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang. Telp : (024) 8316377, 8448217

Nomor : 089 /AM/FPIPSKR/III/2021 Semarang, 29 Maret 2021
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pemilik Usaha Mahkota Rebana
Di Jepara

Kami beritahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

N a m a : MOHAMAD RIDUWAN
N P M : 16220062
Fak. / Program Studi : FPIPSKR / Pend. Ekonomi

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN REBANA DALAM
MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN JEPARA**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu
memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian.

Atas perkenan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

D e k a n,


Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil
NPP 107801284





UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN

Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang. Telp : (024) 8316377, 8448217

Nomor : 089 /AM/FPIPSKR/III/2021

Semarang, 29 Maret 2021

Lampiran : 1 (satu) berkas

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pemilik Usaha AL-HAFIDZ
Di Jepara

Kami beritahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

N a m a : MOHAMAD RIDUWAN

N P M : 16220062

Fak. / Program Studi : FPIPSKR / Pend. Ekonomi

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN REBANA DALAM
MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN JEPARA

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu
memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian.

Atas perkenan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.



Dekan,
Dr. Agus Sutono, S.Fil.,M.Phil
NPP 107801284



UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN

Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang. Telp : (024) 8316377, 8448217

Nomor : 089 /AM/FPIPSKR/III/2021

Semarang, 29 Maret 2021

Lampiran : 1 (satu) berkas

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pemilik Usaha Hj. Muhoyyanah
Di Jepara

Kami beritahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

N a m a : MOHAMAD RIDUWAN

N P M : 16220062

Fak. / Program Studi : FPIPSKR / Pend. Ekonomi

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN REBANA DALAM
MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN JEPARA

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu
memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian.

Atas perkenan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.



D e k a n,

Dr. Agus Sutono, S.Fil.,M.Phil
NPP 107801284

Lampiran 4. Rekapitulasi Proses Bimbingan (I)



PROGDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
 Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang Telp. (024) 8316377, Fak (024)8448217
 Email: upgrismg@gmail.com Homepage: www.upgris.ac.id

REKAPITULASI PROSES PEMBIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TGL, BLN, TAHUN	KEGIATAN	PARAF
1	6 Desember 2020	Pengajuan judul skripsi	
2	12 Desember 2020	Bimbingan proposal I (Bab 1)	
3	20 Desember 2020	Bimbingan proposal II (Bab 1)	
4	11 Januari 2021	Bimbingan proposal III (Bab 1)	
5	19 Januari 2021	Bimbingan proposal IV (Bab II)	
6	22 Januari 2021	Bimbingan proposal V (Bab II)	
7	26 Januari 2021	Bimbingan proposal VI (Bab II)	
8.	1 Februari 2021	Bimbingan proposal VII (Bab III)	
9.	4 Februari 2021	Bimbingan proposal VIII (Bab III)	
10.	16 Februari 2021	Bimbingan proposal IX (Bab III)	
11.	2 Maret 2021	ACC Proposal Skripsi	
12.	28 Oktober 2021	Bimbingan skripsi (Bab IV dan V)	
13.	11 November 2021	Acc Skripsi	

Semarang, 11 November 2021

Mengetahui,
Pembimbing I

Dr. Endang Wuryandini, M.Pd
 NPP: 136401416

Mahasiswa

Mohamad Riduwan
 NPM. 16220062

Lampiran 5. Rekapitulasi Proses Bimbingan (II)



PROGDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG

Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang Telp. (024) 8316377, Fak (024)8448217

Email: upgrismg@gmail.com Homepage: www.upgris.ac.id

REKAPITULASI PROSES PEMBIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TGL, BLN, TAHUN	KEGIATAN	PARAF
1	6 Desember 2020	Pengajuan judul skripsi	<i>[Signature]</i>
2	12 Desember 2020	Bimbingan proposal I (Bab I)	<i>[Signature]</i>
3	20 Desember 2020	Bimbingan proposal II (Bab I)	<i>[Signature]</i>
4	11 Januari 2021	Bimbingan proposal III (Bab I)	<i>[Signature]</i>
5	19 Januari 2021	Bimbingan proposal IV (Bab II)	<i>[Signature]</i>
6	22 Januari 2021	Bimbingan proposal V (Bab II)	<i>[Signature]</i>
7	26 Januari 2021	Bimbingan proposal VI (Bab II)	<i>[Signature]</i>
8.	1 Februari 2021	Bimbingan proposal VII (Bab III)	<i>[Signature]</i>
9.	4 Februari 2021	Bimbingan proposal VIII (Bab III)	<i>[Signature]</i>
10.	16 Februari 2021	Bimbingan proposal IX (Bab III)	<i>[Signature]</i>
11.	2 Maret 2021	ACC Proposal Skripsi	<i>[Signature]</i>
12.	28 Oktober 2021	Bimbingan skripsi (Bab IV dan V)	<i>[Signature]</i>
13.	11 November 2021	Acc Skripsi	<i>[Signature]</i>

Semarang, 11 November 2021

Mengetahui,
Pembimbing I

[Signature]

Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E.,M.Pd
NPP. 158901497

Mahasiswa

[Signature]

Mohamad Riduwan
NPM. 16220062

Lampiran 6. Pedoman wawancara (I)

1. Bagaimana jenis produk yang di hasilkan dari usaha kerajinan rebana Jepara ini?
2. Bagaimana ciri khas dari produk kerajinan rebana Jepara ini?
3. Bagaimana model rebana yang di hasilkan dari usaha kerajinan rebana ini?
4. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dalam usaha kerajinan rebana Jepara ini (kualitas bahan baku utama kayu dan kulit)?
5. Bagaimana strategi yang diterapkan dalam menghadapi pandemi covid-19 ini?
6. Bagaimana kemasan yang dipakai dalam usaha kerajinan rebana Jepara? apakah ada kemasan khusus untuk melindungi produk rebana tersebut?
7. Apakah setiap produk rebana diberikan kemasan tersendiri?
8. Bagaimana penerapan pelabelan produk kerajinan rebana Jepara?
9. Bagaimana penetapan harga yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?
10. Apakah selama pandemi covid-19 adakah penurunan harga dari setiap produk rebana?
11. Apakah harga produk kerajinan rebana bersaing dipasaran?
12. Bagaimana kesesuaian kualitas produk dengan harga yang di tawarkan?
13. Apakah harga dari setiap produk rebana Jepara sudah terjangkau oleh konsumen?
14. Bagaimana cara penerapan potongan harga pada usaha kerajinan rebana bapak/ibu?
15. Bagaimana cara pembayaran yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?

16. Iklan apakah yang bapak/ibu terapkan dalam memaksimalkan strategi promosi ini? Selama pandemi covid-19 apakah ada variasi periklanan?
17. Bagaimana penerapan strategi promosi penjualan dari usaha kerajinan rebana ini? Apakah ada inovasi terbaru dari promosi penjualan selama pandemi covid-19?
18. Bagaimana cara penerapan pemasaran langsung pada usaha kerajinan rebana ini?
19. Apa yang menjadi kendala tidak diterapkannya strategi pemasaran langsung?
20. Dimana letak lokasi toko/rumah produksi usaha kerajinan ini? Apakah strategis mudah di jangkau konsumen atau tidak?
21. Bagaimana cara agar konsumen dapat melihat adanya rumah produksi anda dari lokasi tersebut?
22. Bagaimana cara pendistribusian yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?
23. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam membantu pendistribusian produk bapak?
24. Bagaimana tata letak ruangan yang ada di rumah produksi usaha kerajinan rebana ini?
25. Bagaimana tempat dalam mendisplay produk jadi dari kerajinan rebana ini?
26. Bagaimana fasilitas yang ada pada rumah produksi kerajinan rebana ini?
27. Bagaimana pembagian kerja yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?
28. Bagaimana cara merekrut karyawan baru pada usaha kerajinan rebana ini?

29. Bagaimana strategi dalam mengelola sumber daya pada masa pandemi sekarang ini?
30. Bagaimana keadaan alat produksi bapak/ibu sekarang ini?
31. Apakah ada kendala dalam penggunaan alat produksi kerajinan rebana ini?
32. Bagaimana cara pesanan produk kerajinan rebana ini?
33. Bagaimana alur pembuatan kerajinan rebana bapak ibu?
34. Apakah ada kendala selama pandemi pada pengolahan produk kerajinan rebana ini?
35. Bagaimana cara pelayanan pada konsumen kerajinan rebana ini?
36. Bagaimana perencanaan dalam modal awal mendirikan usaha ini?
37. Bagaimana perencanaan yang diterapkan pada masa pandemi sekarang ini?
38. Bagaimana cara menentukan anggaran produksi dan anggaran penjualan?
39. Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan transaksi penjualan?
40. Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan ke dalam buku besar?
41. Apakah bapak/ibu membuat laporan arus kas dalam mengelola keuangan usaha ini?
42. Apakah bapak/ibu membuat laporan laba rugi dalam mengelola keuangan usaha ini?
43. Bagaimana cara menerapkan pengendalian awal pada usaha ini?
44. Bagaimana pengendalian berjalan dari usaha kerajinan rebana ini?

Lampiran 7. Transkrip Wawancara

Sub fokus	Pertanyaan	Informan	Hasil wawancara	Kesimpulan
Produk	1. Bagaimana jenis produk yang di hasilkan dari usaha kerajinan rebana Jepara ini?	FD	Produk yang dihasilkan dihasilkan pada umumnya sama dengan pemilik usaha yang lain yaitu terbang, bas, keprak, tam, darbuka kayu dan tiplak.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk strategi atribut produk dari setiap pemilik rebana sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari strategi jenis produk, fitur produk, desain produk, dan kualitas produk diterapkan dengan baik oleh setiap pemilik usaha kerajinan rebana. Kemudian dalam mensiasati adanya pandemic covid-19 menerapkan penurunan jumlah produksi dengantampa mengurangi kualitas produk tersebut.
		RU	Jenis produknya bermacam-macam ada darbuka kayu, terbang, keprak, tam, tiplak, dan bas. Pokoknya jenis rebana yang terbuat dari kayu.	
		MU	Produknya yang dihasilkan ya terbang, bas, tiplak, keprak, tam dan darbuka kayu.	
	2. Bagaimana ciri khas dari produk kerajinan rebana Jepara ini?	FD	Ciri khas produk saya ada warna polos, motif, dan ukiran khas Jepara. Ukiran bisa sesuai pesanan oleh konsumen. Biasanya ukiran logo dan nama group.	
		RU	Ciri khasnya seperti rebana yang di ukir dan warna motif. Sama dengan pemilik usaha kerajinan rebana yang lain. Soalnya sudah ciri khasnya produk rebana jepara.	
		MU	Biasanya ciri khas warna coklat polos (warna netral), kemudian warna motif yang baru-baru ini. Kemudian ada semi ukiran khas jepara juga yang diukir manual dengan bentuk ukiran tumbuhan, bunga-bunga atau daun-daun.	

3. Bagaimana model rebana yang di hasilkan dari usaha kerajinan rebana ini?	FD	Model yang dibuat disini ada rebana habsynan, rebana semarangan, dan rebana banjarinan. Khususnya produk rebana yang di buat dari kayu. Kalau masa sekarang ada yang dari alumonium. Kami tidak membuatnya.
	RU	Modelnya yang saya produksi ada model rebana semarangan atau demakan, rebana habsynan dan rebana banjarinan. Itu yang umum di buat terus. Terkadang ada yang mau dibuatkan pesenan dengan bentuk lain.
	MU	Model banjarinan, rebana semarangan, rebana habsynan dan reabana ukiran khas jepara. Itu model yang sering saya produksi mas.
4. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dalam usaha kerajinan rebana jepara ini (kualitas bahan baku utama kayu dan kulit)?	FD	Kayu yang bapak gunakan biasanya kayu mahoni, dan kayu nangka. Kalau kulit menggunakan kulit kambing yang berbagian punggung tengah, soalnya kalau tidak bagian punggung tengah itu suaranya tidak keluar, suara dungnya tidak bisa nyaring. Bahan kencer menggunakan kencer kuningan. Kualitas suara tidak berisik dan enak didengar.
	RU	Bahan baku kayu menggunakan kayu mahoni, nangka kadang kayu meh (trembesi). Kayu saya sortiran semua mas, sortiran dalam arti kayu itu harus

			lempeng tidak ada yang mleyot. Jenis kayu tersebut untuk finishing juga lebih cepat. Kulit itu saya menggunakan kulit pilihan yaitu kulit kambing betina. Khusus terbang saya pakai kulit bagian punggung. Selain terbang bebas bagian mana saja. Kencer buat terbang saya pakai kuningan tebal suaranya bagus. Jadi kalau sudah jadi produk rebana tetap produk berkesan berkualitas.	
5.	Bagaimana strategi yang diterapkan dalam menghadapi pandemi covid-19 ini?	FD	Selama pandemi saya tetap produksi mas. tapi saya turunkan untuk target produk jadinya. Yang semula sehari bisa jadi 20 biji saya turunkan menjadi 10 biji.	
		RU	Strategi yang saya terapkan pada masa pandemi ini yaitu mengurangi karyawan dan mengurangi jumlah produksi mas. Kalau permintaan menurun repot juga stocknya melimpah.	
		MU	Produksi saya turunkan mas. Soalnya stock saya masih banyak dan permintaan lagi turun drastis selama pandemi ini.	
6.	Bagaimana kemasan yang dipakai dalam usaha kerajinan rebana Jepara? apakah ada kemasan khusus	FD	Kemasan saya pakai dua lapis bahan. Yang pertama pakai tas, kedua pakai kardus kandel. Kardus saya gunakan itu untuk pengiriman jarak jauh jadi aman barangnya kalau kebentur benda keras. Kalau jarak dekat pakai tas saja	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk strategi atribut produk dari setiap pemilik rebana sangat baik. Hal ini

	untuk melindungi produk tersebut?	RU	Kemasan pakai 3 lapis bahan kemasan yang pertama pakai tas, yang kedua pakai kardus dan yang ketiga di karungi mas buat pengiriman jarak jauh. Kalau jarak dekat pakai tas saja	dapat dilihat dari bahan kemasan dan desain kemasan rata-rata para pemilik usaha menggunakan 2-3 lapis. Lapis pertama yaitu tas, dan lapisan kedua kardus tebal dan lapisan ketiga karung.
		MU	Kemasan saya pakai 3 bahan/lapis, pertama ditasi, terus dikardus tebal dan terakhir dikarungi mas itu sudah aman mas. kalau dekat hanya memakai tas saja mas	
	7. Apakah setiap produk rebana diberikan kemasan tersendiri?	FD	Iya mas. Setiap produk rebana kami diberikan kemasan tersendiri. Terutama pada kemasan tas. Soalnya bentuknya beda-beda dari setiap jenis rebana.	
		RU	Saya kasih kemasan tersendiri. Biasanya untuk terbang satu kemasan tas isi 2 pecs, kalau bas isi 1 pecs, untuk keprak dan tam di jadikan 1 kemasan tas. Darbuka dan lain-lain kemasan tas di bedakan semua.	
		MU	Kemasan tas saya bedakan semua mas. Soalnya bentuk dan beratnya beda.	
	8. Bagaimana penerapan pelabelan produk kerajinan rebana Jepara?	FD	Produk saya berikan label mas, bentuknya logo, nama merk dan keterangan lokasi saya. Label saya pakai khusus rebana yang ada bahan kulit. Selain produk yang tidak ada bahan kulit tidak hanya memberikan merk saja	
RU		Ada mas label tak berikan di alat terbang, kerpak, dan tam kulit mas. Bentuk label sesuai logo, merek, da		

			nasal produksi Torso Pecangaan Jepara saya	usaha di berikan label.
		MU	Labelnya saya gunakan di produk saya yang ada berbahan kulit misal terbang, keprak kulit dan tak kulit. Bentuk label saya seperti ini ada logo dan nama merk produk	
Harga	9. Bagaimana penetapan harga yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?	FD	Harga bervariasi mas. Kalau satu set rebana habsynan saya jual Rp.2500.000. Harga rebana semarangan kisaran Rp.3500.000. harga rebana banjari kisaran Rp.1400.000. Harga-harga tersebut model rebana yang versi polos kalau ukiran ditambah Rp. 200.000. Kalau eceran harga terbang Rp.250.000 warna polos. Ukiran terbang eceran Rp. 250.000, harga keprak kulit Rp.80.000, harga tam kulit Rp.150.000, harga darbuka kayu Rp.500.000 dan harga bas Rp.500.000. Harga ditetapkan berdasarkan harga bahan baku kayu, kulit, upah karyawan dan harga yang beredar dipasaran. Persaingan harga tetap ada mas.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dari setiap pemilik usaha dan konsumen dalam menawarkan harga bervariasi. Strategi kesesuaian produk dengan harga dan keterjangkauan harga sudah diterapkan oleh masing-masing pemilik usaha. Kemudian para pemilik usaha juga menjual produk secara ecer. Harga ditentukan dengan biaya bahan baku, upah karyawan dan harga di pasaran.
		RU	Rebana semarangan harga ya Rp. 3800.000, rebana habsynan Rp.2600.000, kalau harga rebana banjarinan Rp.1500.000. untuk harga versi ukiran jepara ditambah Rp. 300.000. Kalau harga eceran terbang harga Rp.250.000, keprak kulit Rp.100.000, tam kulit	

			Rp.150.000,bas Rp.600.000 dan darbuka kayu Rp.600.000. Harga saya sesuai pasaran mas biar tidak kemahalan dan kemurahan. Patokanya juga dari biaya bahan baku kulit dan kayu. Kalau bahan baku naik harga produk saya juga tak naikan.	
		MU	Harga bervariasi mas. Harga rebana semarangan agak mahal mas Rp. 3700.000, rebana versi habsynan Rp.2600.000, kalau harga rebana banjarinan Rp.1500.000. khusus rebana ukiran berbeda harganya ditambah Rp.200.000. Untuk harga eceran saya umum sama yang lain mas. Terbang harga Rp.250.000, keparak Rp.100.000, tam kuliut Rp.150.000, bas Rp.600.000 dan untuk darbuka kayu Rp.600.000. Harga saya sesuaikan dengan kebutuhan mas, missal biaya beli kulit, kayu dan kencer.	
	10. Apakah selama pandemi covid-19 adakah penurunan harga dari setiap produk rebana?	FD	Selama pandemi ini tidak ada penurunan harga mas. harga tetap sama. Tidak ada harga khusus di saat ini.	
		RU	Sampai sekarang ini saya bertahan dengan harga yang sama mas. Harga mau dirubah bagaimana tetap permintaan sedikit. Soalnya ekonomi melemah mas	
		MU	Selama pandemic harga masih sama mas. tidak ada perubahan. Soalnya harga sudah terjangkau banget	
	11. Apakah harga produk kerajinan rebana	FD	Persaingan harga tetap ada mas. Terutama dengan sesama pemilik usaha kerajinan rebana pecangaan.	

	bersaing dipasaran?		persaingan harga terjadi di pasaran online mas. Di semua bisnis pasti ada mas. Tapi saya tetap santai. Karena saya ada produk yang harga murah dan yang mahal tergantung permintaan.	
		RU	Dan persaingan berada pada pasar online, tapi saya tetap dengan harga saya dengan kualitas jaminan mas.	
		MU	Persaingan harga banyak yang ngejur harga mas dari pemilik usaha sini. Pada umumnya di pasaran online persaingannya sangat ketat. Tapi saya tenang saja mas, soalnya harga saya tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah jadi tidak ngaruh disaya.	
	12. Bagaimana kesesuaian kualitas produk dengan harga yang di tawarkan?	DI	Kalau harga satu set tiga juta menurut saya sudah sesuai dengan kualitas rebananya mas. Yang saya tahu rebana berkualitas pakainya kayu mahoni, kayu nangka. Kulitnya pakai kulit kambing bagian punggung kualitasnya bagus. Sudah sesuai dengan harganya mas.	
		BA	Menurut saya sudah sesuai mas. Soalnya saya sering membeli produk dari pengrajin rebana jepara mulai dari bentuk, bahan dan finishing itu bagus mas. Terakhir beli bulan kemaren itu kualitasnya juga sama tidak ada penurunan pas lagi corona seperti ini.	
		AD	Sudah sesuai mas dengan harganya saya suka dengan produk rebana dari Jepara. Dari suara, bentuk dan	

			ukirannya khas Jepara banget mas.	
13. Apakah harga dari setiap produk rebana Jepara terjangkau oleh konsumen?	DI		Harga menurut saya masih terjangkau mas. Karena saya pernah survey harga lewat marketplace, dan ke kota lain harga lebih mahal mas.	
	BA		Menurut saya harganya umum mas kalau dari penjual didaerah Jepara satu set harga segitu. Beda lagi kalau membeli ditoko luar kota Jepara harganya satu set diatas tiga juta mas.	
	AD		Harga terjangkau mas. Saya sudah beberapa kali beli rebana Jepara harga tetap sama. alhamdulillah kualitasnya bagus.	
14. Bagaimana cara penerapan potongan harga pada usaha kerajinan rebana bapak/ibu?	FD		Saya selalu memberikan potongan harga mas terutama yang membeli dengan jumlah banyak dan pembayaran langsung tunai. Potongan yang saya berikan 10%. Kemudian diskon dibulan Maulud masih sama mas 10%. Mumpung bulan Maulud biasanya banyak yang cari untuk meramaikan sholat. Jadi saya berikan potongan harga untuk konsumen.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dari setiap pemilik usaha dalam menerapkan pemberian potongan harga sangat baik. Dapat dilihat bahwa pemberian potongan harga untuk pembelian skala besar, dengan bayar tunai dan potongan pada bulan tertentu sudah di terapkan.
	RU		Saya memberikan potongan harga kalau membelinya banyak saja mas. Ya kisaran dua ratus ribu mas diskon itu untuk membeli satu set alat hadroh. Tidak ada diskon khusus di bulan tertentu mas. diskonya ya itu tadi kalau belinya banyak baru dapat diskon.	

		MU	Iya supaya pembeli suka ya di kasih korting mas. Kalau belinya banyak kortingnya banyak, kalau sedikit ya sedikit. Misalnya satu set harga dua juta enam ratus, ya di korting saratus lima puluh ribu sampai tiga ratus ribu. Tidak ada diskon musiman mas. Diskonya masih sama mas. Soalnya harga sudah terjangkau dan diskon hanya kalau beli banyak saja.	
15. Bagaimana cara pembayaran yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?		FD	Cara pembayaran bisa lewat tunai, transfer ke rekening bank dan bayar ditempat kalau barang sudah sampai dilokasi mas. Kendalanya kalau bank lagi trobel biasanya transfer uangnya telat mas jadi barang juga telat dikirim. Ada juga kalau pesan rebana yang ukiran saya minta dp dulu setelah barang jadi baru di lunasi. Kendalanya kalau sudah dp kemudian di proses pembuatan akan tetapi dari konsumen tidak ada kelanjutan untuk pelunasanya. Adanya pandemi covid saya lebih mengutamakan pembayaran lewat transfer rekening bank dari pada tunai. Hal ini untuk menghindari penyebaran covid-19 yang gampang menular ini mas.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa cara pembayaran bisa transfer ke rekening bank dan tunai. Namun adanya tidak dibayarnya produk yang sudah terkirim atau pesanan yang tidak jadi diambil perlu adanya suatu kehati-hatian dalam bernegosiasi atau bertransaksi dengan konsumen. Adanya pandemi covid-19 para pemilik usaha lebih mengutamakan pembayaran dengan cara transfer dari pada tunai walaupun transaksi berada di lokasi rumah produksi. Hal ini
		RU	Iya mas kalau orang luar kota bisa pembayaran lewat transfer kerekening bank dengan menunjukkan bukti struk atm atau bukti dari teller bank. Bisa tunai langsung datang rumah atau sistem bayar ditempat	

			<p>jika barang sudah sampai lokaasi tujuan. Kendalanya kalau yang pesan orang jauh sistimnya bayar dimuka setengah dari total harga barang sudah mau jadi tapi pelunasanya telat. Ada sampai satu tahun belum di ambil.</p>	<p>untuk menghindari adanya penyebaran covid-19 dan mematuhi peraturan protocol kesehatan.</p>
		MU	<p>Pembayaran bisa transfer ke rekening bank dan tunai. Kendalanya pernah hampir tidak di bayar mas karena sudah langganan barang sudah diterima tapi belum dibayar.</p>	
Promosi	16. Iklan apakah yang bapak/ibu terapkan dalam memaksimalkan strategi promosi ini? Selam pandemi covid-19 apakah ada variasi periklanan?	FD	<p>Selama ini saya iklan lewatnya status whatshap, facebook dan papan reklame di depan jalan gang sini saja. Pemasaran ini kalau dimaksimalkan hasilnya sudah bagus mas. Dimasa pandemi seperti ini pemasaran tidak bisa maksimal mas. Soalnya banyak kendala.</p>	<p>Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa periklanan di lakukan oleh pengrajin rebana sudah baik yaitu dilakukan lewat status whatshap dan facebook merupakan media yang dapat cepat menjangkau calon pembeli dalam jumlah banyak tidak ada inovasi baru selama pandemi.</p>
		RU	<p>Iklan masih seperti biasa mas lewat status whatshap, shopee, tokopedia dan facebook. Itu sudah menjangkau banyak calon pembeli. Dimasa pandemi seperti ini pemasaran tidak bisa maksimal mas. Soalnya banyak kendala.</p>	
		MU	<p>Periklanan sebelum dan selama pandemi corona saya pakainya whatshap dan melalui mulut ke mulut saja mas. Walaupun kurang maksimal. Tetapi masih ada pesanan yang masuk. Selama pandemi covid-19 tidak</p>	

			ada variasi periklanan. Periklanan masih tetap sama mas.	
17. Bagaimana penerapan strategi promosi penjualan dari usaha kerajinan rebana ini? Apakah ada inovasi terbaru dari promosi penjualan selama pandemi covid-19?	FD	Masih tetap sama mas promosi penjualanya sebelum pandemi corona dan selam pandemi jika membeli banyak saya bonusi. Jadi tidak ada inovasi baru mas selama pandemi covid-19 ini.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan yang di lakukan sudah baik yaitu dengan amemberikan potongan harga dan bonus jika membeli dalam jumlah banyak.	
	RU	Seperti biasanya mas beli banyak ya dapat diskon dan bonus alat. Iya tidak ada inovasi baru mas selama ini mas.		
	MU	Tidak ada inovasi baru mas selama pandemi corona ini. Jika beli satu set kerajinan rebana iya didiskon.		
18. Bagaimana cara penerapan pemasran langsung pada usaha kerajinan rebana ini?	FD	Saya tidak menggunakan itu mas, media pemasaranku iya pakai whatshap dan facebook saja mas. Itu kalau maksimal sudah banyak pesanan mas	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk pemasaran langsung pada pengrajin rebana kurang baik. Karena para pengrajin rebana memaksimalkan pada media pemasaran online yang daat menjangkau banyak calon pembeli.	
	RU	Saya sudah tidak memakai itu lagi mas. Eranya digital pakainya iya whatshap dan facebook untuk media pemasaranya.		
	MU	Saya tidak menggunakan itu mas. Saya hanya menggunakan whatshap saja mas.		
19. Apa yang menjadi kendala tidak diterapkanya strategi	FD	Cara pemasaran ini kurang maksimal mas. Selain itu juga waktu saya tidak ada. Karena waktu saya untuk mengontrol produksi dan pengiriman.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk kendala dari	

	pemasaran langsung?	RU	Waktu saya tidak ada mas. Kalau pesanan menumpuk saya juga ikut bekerja.	pemasaran langsung yaitu pemasaran kurang maksimal. Waktu kurang efisien dan para pemilik usaha mayoritas juga ikut bekerja.
		MU	Pemasaran ini saya anggap kurang maksimal mas. Jadi saya tidak menerapkannya.	
Tempat	20. Dimana letak lokasi toko/rumah produksi usaha kerajinan ini? Apakah strategis mudah di jangkau konsumen atau tidak?	FD	Lokasi saya di Rt 02 Rw 03 desa torso Kec. Pecangaan. Kalau dari jalan raya tidak terlihat mas. Masuk-masuk gang akan tetapi masih mudah dijangkau.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Lokasi dari tempat produksi rebana berada di pemukiman dalam. Kebanyakan tempat tidak di pinggir jalan.
		RU	Lokasi rumah saya tidak dipinggiran jalan mas. melainkan berada didalam pemukiman warga. Jadi masuk kedalam jalan kecil.	
		MU	Kalau dari jalan raya lumayan jauh mas, lokasi berada di pemukiman warga yang berdempetan mas. Tapi masih bisa di jangkau oleh kendaraan roda 2 dan roda 4.	
	21. Bagaimana cara agar konsumen dapat melihat adanya rumah produksi anda dari lokasi tersebut?	FD	Juga bisa mengikuti rute lewat google maps. Tinggal ketik saja mahkota rebana di google nanti akan keluar.	
		RU	Akan tetapi adanya aplikasi google maps toko saya dapat terlihat lewat aplikasi tersebut. Jadi dapat mengikuti rute yang ada di google maps.	
		MU	Dengan Tanya-tanya orang daerah sini pasti tahu mas.	

22. Bagaimana cara pendistribusian yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?	FD	Selain dari reseller, pemakai juga ada yang langsung beli kesini mas. Kadang ya pesan secara online. Sudah dari berbagai nusantara mas yang beli. Selama pandemi jarang yang beli langsung kesini mas, soalnya ada pembatasan pendatang dari luar kota biasanya seminggu sekali ada yang datang ke kesini. Ada banyak reseller di berbagai daerah mas. Sekali kirim untuk ngisi toko tiga sampai sepuluh set pernah mas. biasanya dikirim pakai jasa pengiriman pos, indah cargo, jayonekspres dan jne mas. kalau sekitar daerah jawa tengah kalau waktunya ada saya antar sendiri pakai mobil. Selama pandemi ngirimnya pakai jasa pengiriman. Jarang saya kirim sendiri.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pendistribusian selama pandemi corona kurang baik hal dikarenakan adanya pembatasan pendatang dari luar kota.
	RU	Ada mas langsung pemakai biasanya langsung kesini mas. beli yang sudah ready. Kalau selama pandemi ini jarang ada yang kesini. Saya reseller ada mas yang di Magelang, Semarang, Boyolali dan Kendal. Kalau sempat waktunya saya kirim sendiri mas. dulu sampai ke Magelang beli delapan set saya kirim sendiri. Selama pandemi corona semua pengiriman pakai jasa pengiriman mas.	
	MU	Ada konsumen yang langsung kesini mas. terkadang banyak dari luar kota jeper biar tahu langsung pembuatan dan kualitasnya. Untuk pendistribusian	

			saya pakainya jasa pengiriman mas tidak pernah saya nganter-nganter barang sendiri. Kalau tidak yaa reseller saya yang datang kerumah bawa mobil sendiri. Selama pandemi corona ada orderan sedikit-sedikit di kirim pakai jasa pengiriman saja mas. lebih aman.	
23. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam membantu pendistribusian produk bapak?	FD	Kendaraan ada mobil satu dan motor dua mas. untuk mobil digunakan untuk ngirim pesanan khusus daerah luar Kabupaten Jepara. Kalau motornya dipakai untuk ngirim barang ke jasa pengiriman sini saja mas. Akses jalan menuju rumah saya mudah dilalui mas soalnya dekat jalan raya mas. Jalan juga tidak terlalu kecil dan tidak terlalu lebar. Cukup untuk kendaraan mobil masuk dalam jalan ini. Selama pandemi corona untuk jalan kendalanya adanya pembatasan mas jadi tidak bebas keluar masuk kota. Kemudian jalan pantura pasti macet mas kalau pas pengiriman	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa untuk kendaraan yang dipakai dalam bekerja sudah baik. Adanya kendaraan motor dan mobil dapat mempermudah atau menambah fasilitas bagi para pembeli untuk melakukan transaksi secara langsung. Jalan akses menuju rumah pengrajin mudah dilalui. Akan tetapi proses pengiriman selama pandemi corona menjadi terhambat karena ada pembatasan pendatang dari luar kota.	
	RU	Transportasi mobil mas untuk daerah sekitar Semarang, Grobogan, Demak, Magelang kalau minta diantar langsung bisa pakai mobil itu. Sama saya punya kendaraan motor buat riwa – riwi beli bahan pelengkap selain kayu. Kalau rumah saya dekat mas dari jalan raya jadi aksesnya mudah di jangkau mas. Pandemi corona jadi mempersulit pengiriman mas		

			mulai saya tidak bisa pengiriman langsung untuk kota terdekat sini juga pengiriman jadi telat mas	
		MU	Saya menggunakan motor saja mas. soalnya paling girim ke jasa pengiriman sini saja. tidak melayani COD (bayar ditempat) ke luar daerah Kabupaten Jepara. Akses ke rumah saya masih gampang mas. Yang menjadi kendala selama pandemi corona ini pengiriman menjadi telat mas semua jasa pengiriman.	
Bukti fisik	24. Bagaimana tata letak ruangan yang ada di rumah produksi usaha kerajinan rebana ini?	FD	Tata letak rumah produksi saya yang kayak ini mas. Antara ruang tamu dengan tempat produksi berdekatan. Jadi ya berisik sama suara mesin dan alat-alat yang lain.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa tata letak cukup baik. Hal ini dikarenakan jarak antara tempat menerima tamu atau pembeli dengan tempat produksi masih berdekatan yang menyebabkan suasana berisik.
		RU	Tata letaknya seperti ini mas, ruangnya berdekatan, berisik dengan karyawan nyemprot cat, suara sound dan lain-lain.	
		MU	Tempat produksinya di belakang mas, kalau ada tamu iya disini mas. Jadi sedikit berisik dengan suara mesin dan lain-lain.masih aman kalau buat negosiasi.	
	25. Bagaimana tempat dalam mendisplay produk jadi dari kerajinan rebana ini?	FD	Produk rebana yang sudah jadi sebagian kami tata di rak akan tetapi raknya hanya satu lemari, banyak yang tidak tertata. Selain itu penataan dirak untuk produk stock saja. Disini banyak yang barang pesenan jadi ya berkesan tidak rapi soalnya mau langsung dikemas dan dikirim ke yang pesan.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kenyamanan ruangan kurang baik. Hal ini dikarenakan fasilitas penunjang kenyamanan belum

		RU	Untuk sementara produk jadi masih berserakan dilantai mas, rak nya baru buat didepan belum jadi. Nanti untuk sebagian produk bisa ditata dirak.	maksimal. Tempat parkir kurang memadai untuk kendaraan besar. dikarenakan kurangnya lahan untuk daerah tempat pengrajin rebana.
		MU	Produk yang sudah jadi di taruh disini mas. Tidak ada rak khusus. Memang sebenarnya bukan toko tapi rumah mas. Kalau milih-milih ya tinggal di bongkar-bongkar.	
	26. Bagaimana fasilitas yang ada pada rumah produksi kerajinan rebana ini?	FD	Fasilitasnya mungkin diruangan adanya kayak ini mas kipas, meja kursi saja. Untuk toilet masih fungsikan toilet pribadi saya didalam rumah. Soalnya jarang-jarang konsumen mau ke kamar mandi. Tempat parkir agak sempit. Soalnya belum ada pelebaran lagi untuk tanahnya. Masih fokus pelebaran tempat produksi.	
	RU	Fasilitas ya seperti ini mas seperti rumah biasa belum mempunyai ruang khusus untuk tempat bertransaksi, toilet masih menggunakan toilet pribadi belum ada toilet khusus untuk konsumen maupun karyawan. Disini tempat parkirnya ya dimasukan kerumah sini mas kalau motor. Kalau mobil ya harus di pinggiran jalan.		
	MU	Namanya iya rumah mas bukan toko. Fasilitas toilet, tempat sholat dan lain-lain masih dengan pribadi. Sholat di samping ada mushola mas. Seadanya mas. Kalau motor ya sampai depan rumah mas. kalau		

			mobil besar harus didepan gang sana karena memang sempit mas.	
Orang	27. Bagaimana pembagian kerja yang diterapkan pada usaha kerajinan rebana ini?	FD	Setiap karyawan mempunyai bagian kerja masing – masing mas. Ada yang ngamplas, nguliti, pengechatan, pemasangan kulit dan bagian pemasangan pita. Jadi kerjanya beda-beda ada bagianya sendiri.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa strategi sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengrajin rebana sudah baik. perekrutan karyawan yang dilakukan oleh para pengrajin rebana sudah baik. Akan tetapi adanya pandemi corona banyak terjadi pemberhentian karywan karena munurunya pesanan.
		RU	Bagian kerjaya beda beda mas. ada yang bagian pemasangan kulit, ngamplas, pengecatan, pemasangan pita dan nguliti itu ada bagianya masing-masing. Jadi tidak mulai proses awal sampai akhir dikerjakan satu orang saja.	
		MU	Bagian kerjanya masing-masih karyawan beda-beda mas. ada yang ngecat, nguliti, pemasangan kulit, ngamplas. Karyawan saya ada dua saja mas.	
	28. Bagaimana cara merekrut karyawan baru pada usaha kerajinan rebana ini?	FD	Saya kalau merekrut karyawan yang mau benar-benar ikut saya. Maksudnya mau belajar jika belum bisa melakukan ini itu nanti kelamaan bisa sendiri sembari sedikit arahan.	
		RU	Cara merekrut karyawan langsung yang mempunyai kemampuan kerja di bidang perkayuan mas. biar langsung siap bekerja.	
		MU	untuk perekrutan saya mengutamakan yang mau belajar tentang pembuatan rebana mas dan	

			sebelumnya sudah ada sedikit keahlian dasar tentang pertukangan.	
	29. Bagaimana strategi dalam mengelola sumber daya pada masa pandemi sekarang ini?	FD	Selama pandemi corona satu tahun pertama karyawan saya kurangi mas dari dua belas orang menjadi delapan orang. Soalnya orderan lagi turun mas lagi sepi	
		RU	Selama pandemi sekarang ini saya melakukan system pengurangan karyawan. Soalnya permintaan menurun.	
		MU	Selama pandemi corona karyawan saya sempat saya liburkan mas sampai berhari-hari. Soalnya ya itu memang pesanan lagi sepi ma. Karyawan saya ada tiga mas. Saya mengutamakan merekrut dari tetangga sendiri saja. yang rumahnya dekat. Jadi kalau gaji tidak habis buat biaya lain-lain. Iyaa selama pandemi hampir dua tahun ini pekerja sempat saya liburkan berbulan bulan mas soalnya saya juga bingung mas mau bayar pakai apa kalau tidak ada pesanan sama sekali.	
Proses	30. Bagaimana keadaan alat produksi bapak/ibu sekarang ini?	FD	Alhamdulillah alat saya sudah lengkap mas. Mulai dari alat untuk pengeringan kulit, pengopenan kulit, alat amplas kayu, pasang paku dan pengecatan sudah ada semua.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa alat produksi yang digunakan oleh pengrajin rebana sudah baik. Terlihat sudah memadainya alat yang
		RU	Alat yang belum ada untuk pengeringan kulit mas. jadi saya masih memperkerjakan orang untuk	

			borongan kulit. Tapi kulit sudah dari saya.	dipakai dari setiap tahap pemrosesan pembuatan kerajinan rebana.
		MU	Kalau alat saya sudah lengkap mas mulai proses awal hingga akhir. Sudah produksi sendiri. Alhamdulillah.	
31. Apakah ada kendala dalam penggunaan alat produksi kerajinan rebana ini?		FD	Selama ini belum ada mas. Alat kalau ada yang rusak langsung saya perbaiki.	
		RU	Sejauh ini peralatan aman tidak ada kendala mas.	
		MU	Peralatan saya selalu dijaga perawatanya mas. Jadi tidak ada kendala.	
32. Bagaimana cara pesan produk kerajinan rebana ini?		FD	Iya mas untuk pemesanan alat musik rebana bisa pesan secara langsung dengan datang ke rumah mas. misal pesen rebana ukiran dengan dikasih nama, logo dan lain-lain. Pemesanan juga bisa dilakukan lewat telepon, whatshap mas dengan kirim gambar yang dipesan. Khusus pesanan, pembeli wajib bayar dimuka dulu mas iya minimal seratus ribu rupiah mas. Selama pandemi tidak ada kendala mas untuk proses pemesanan.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa proses pemesanan kerajinan rebana sudah baik. Dilihat dari adanya pemesanan yang masuk diharuskan untuk membayar dimuka terlebih dahulu hal ini digunakan untuk meningkatkan kepercayaan antar pembeli dan penjual.
		RU	Pemesanan bisa melalui telepon mas. sekarang kan canggih pakai whshap kirim gambarnya. Tapi harus dp dulu mas kalau pesan. Kalau barang sudah siap kirim baru pelunasan. Langsung pesan datang kerumah juga bisa. Tapi juga harus dp dulu. Dp nya	

			terserah mas. Selama pandemi tidak ada kendala mas.	
		MU	Pemesanan saya fasilitasi lewat telepon dan secara langsung bisa mas. Tetap bayar dp dulu mas biar bisa proses secara nyaman. Jadi tidak menerima pesanan tanpa dp soalnya barang mahal mas. Selama pandemi corona tidak ada kendala mas.	
	33. Bagaimana alur pembuatan kerajinan rebana bapak ibu?	FD	Secara detailnya ya pertama memilih kayu dan kulit mas, kemudian pemotongan kayu sekaligus di bubut dan di bentuk kerajinan rebana, kemudian dijemur kayu dan kulitnya, pengamplasan kayu dan penghalusan kulit, pemasangan kulit ke kayu, pengechatan kayu dan kulit dan terakhir finishing mas. Udah selesai.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa alur produksi umum yang dilakukan setiap pengrajin rebana yang ada di Jepara. Tidak ada kendala didalam alur produksi selama pandemi corona.
		RU	Prosesnya mulai dari awal ya pemilahan kayu yang berkualitas, kemudian dibubut dan dibetuk mas, kayu dan kulit dijemur di trik matahari kalau tidak iya di open kalau tidak ada sinar matahari, kemudian di ampalas sampai halus, pemasangan kulit, pengecatan dan fishing.	
		MU	Dari awal kita harus memilih bhan kayu dan kulit yang bagus dulu mas. Baru kemudian dibubut kayunya dan kulit di amplas halus. Kemudian dijemur, kemudian di amplas kayunya, selanjutnya	

			pemasangan kulit ke kayu, kemudian di cat dan finishing mas.	
	34. Apakah ada kendala selama pandemi pada pengolahan produk kerajinan rebana ini?	FD	Tidak ada kendala mas selama pandemi ini. Proses produksi aman mas.	
		RU	Tidak ada kendala selama pandemi. Pengolahan produksi masih lancar.	
		MU	Tidak ada kendala selama pandemi corona mas.	
	35. Bagaimana cara pelayanan pada konsumen kerajinan rebana ini?	FD	Iya mas kalau ada pembeli langsung saya yang melayani. Jadi semaksimal mungkin pembeli saya buat puas setelah berbelanja produk rebana saya mas. Saya sebisa mungkin cepat tanggap dalam melayani pembeli mas. Pembeli adalah raja mas	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam melayani konsumen sudah baik. Dengan mengutamakan pelayanan yang cepat tanggap dan ramah terhadap konsumen.
		RU	Sebisa mungkin saya layani dengan baik mas untuk para pembeli saya. Lewat telepon maupun lewat secara langsung bisa memesan barang saya.	
		MU	Saya sudah mencoba produk rebana yang ada dijepara dengan beda pengrajin. Yang saya rasakan dalam pelayanannya ramah-ramah mas. Selama ini belum pernah ada yang berkata kasar dengan saya.	
Strategi keuangan	36. Bagaimana perencanaan modal awal mendirikan usaha	FD	Modal saya dari tabungan pribadi kemudian saya belikan alat dan bahan baku seperti kayu, kulit, kencer dan paku. Sampai sekarang ini saya belum pernah pinjam ke bank atau koprasa untuk kebutuhan usaha	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa para pengrajin rebana dalam perencanaan kurang

	ini?		saya. Jika posisi lagi butuh dana biasanya pinjam keteman saya mas.	baik. Dari setiap pemilik usaha memiliki strategi sendiri-sendiri dalam perencanaan anggaran modal, anggaran produksi, dan anggaran penjualan untuk mengembangkan usahanya masing-masing.
		RU	Saya modal pakai uang saya sendir mas. Tahap ngerintis dulu ada uang hasoil penjualan saya cicil buat beli alat sendiri, beli bahan baku sedikit dahulu. Awalnya saya ikut kakak saya mas. Saya tidak pernah pinjam bank mas dalam mengembangkan usaha ini.	
		MU	Dari awal mendirikan usaha ini saya pakai modal sendiri mas. Iya sedikit-sedikit modal dipakai untuk beli alat dan bahan baku sendiri. Sampai sekarang ini belum pernah pinjam bank untuk kebutuhan usaha ini mas.	
37. Bagaimana perencanaan yang diterapkan pada masa pandemi sekarang ini?		FD	Selama pandemi corona ini penjualan tidak bisa diprediksi mas soalnya untuk ekonomi masyarakat melemah jadi sulit diprediksi.	
		RU	Alahmadulillah selama pandemi ini masih cukup.	
		MU	selama pandemi ini sangat kritis mas modalnya. Soalnya memang benar-benar tidak ada pesanan yang masuk jadi saya sampai jual gelang, dan kalung untuk gaji karyawan saya.	
38. Bagaimana cara memnentukan		FD	Iya mas anggaran produksi sesuai pesanan. Tetapi kalau pesenan lagi menurun sepereti pandemi covid-	

	<p>anggaran produksi dan anggaran penjualan?</p>		<p>19 sekarang ini kami membuat sesuaikan jenis rebana apa yang sudah laku, nanti kami produksi lagi. Jadi uang diputar terus. Untuk prediksi penjualan saya melihat dari adanya kegiatan masyarakat seperti sholawatan mas kalau ada sholawatan pasti pakai alat musik rebana mas. Jadi kalau masih ada acara itu penjualan masih stabil mas. Selama pandemi corona ini penjualan tidak bisa diprediksi mas soalnya untuk ekonomi masyarakat melemah jadi sulit diprediksi.</p>	
		RU	<p>Iya mas anggaran produksi sesuai pesanan soalnya setiap hari hampir ada pesanan terus mas. Selama pandemi corona ini pesanan menurun drastis mas jadi strateginya saya untuk karyawan kerja hanya tiga hari dalam satu minggu. Saya tidak memprediksi penjualan tahunan mas. Jadi misal ada pesanan dibuatkan. Kalau tidak ada pesanan saya tetap produksi tapi untuk stock saja.</p>	
		MU	<p>Saya punya stock rebana yang ready banyak mas. Jadi jika stock tinggal sedikit buat lagi. Selama pandemi corona ini pesanan sangat menurun drastis bahkan tidak ada pesanan yang masuk. Jadi secara terpaksa untuk karyawan saya liburkan full dan tidak produksi. Nunggu stock menipis dan ada pesanan yang masuk baru saya aktifkan lagi produksi saya. Dan karyawan</p>	

			bisa masuk lagi. Tidak ada prediksi penjualan mas kalau saya. Kalau sudah rezeki tidak akan kemana.	
39. Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan transaksi penjualan?	FD		Untuk pencatatan saya hanya mencatat transaksi penjualan, pembelian dan semua barang pesanan yang masuk mas. Iya seperti nota tembus. Kemudian catatan pesanan barang. Transaksi pembelian yang saya catat hanya beberapa mas, misal iya pembelian kayu dan kulit itu saya catat mas.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam pencatatan di rasa kurang baik. hal ini dapat dilihat bahwa belum diterapkannya pencatatan secara periodik. Pencatatan hanya dilakukan secara kontinu yaitu mencatat transaksi penjualan dan pembelian.
	RU		Saya mencatat transaksi penjualan mas. Contohnya nota ini mas. Kalau transaksi pembelian saya catat seperti pembelian bahan baku kulit, kayu dan kecrek kuningan ini mas. Kemudian barang pesanan itu juga saya catat mas.	
	MU		Pencatatan saya mencatat nota pembelian dan pesanan barang mas. Kemudian catatan kecil pembelian bahan baku kuli, kayu, kecrek kuningan dan paku. Dan saya mencatat semua pesanan yang masuk mas.	
40. Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan ke dalam buku besar?	FD		Kalau pencatatan seperti itu saya tidak mencatat mas. terlalu ribet mas. Soalnya saya juga ikut kerja mas. Jadi ribet.	
	RU		Wah maaf mas saya tidak mencatat yang seperti itu. saya belum bisa mas. Untuk catatan iya itu tadi mas cuman nota dan catatan pesanan saja.	

		MU	Tidak mas. Catatan saya hanya itu tadi mas, nota tembus, catatan pesanan itu saja.	
41. Apakah bapak/ibu membuat laporan arus kas dalam mengelola keuangan usaha ini?		FD	Saya tidak membuat laporan itu mas. Soalnya saya tidak paham mas. Untuk pengelolaan keuangan yang pegang saya sendiri mas. Jadi tidak perlu laporan rinci seperti itu.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam membuat laporan kurang baik. hal dapat dilihat dari pembuatan arus kas, laporan laba rugi, dan laporan neraca banyak dari pemilik usaha tidak membuat laporan tersebut. Karena para pengrajin banyak menganggap bahwa laporan tersebut masih belum dibutuhkan, belum penting dan belum perlu dibuat.
		RU	Saya tidak pernah membuat laporan itu mas. Menurut saya untuk usaha saya masih belum membutuhkan mas. Jadi saya tidak membuat laporan itu.	
		MU	Dari awal berdiri usaha ini sampai sekarang saya tidak pernah membuat laporan itu mas. masih belum penting mas laporan seperti itu. Selama ini belum pernah membuat itu mas. Selain saya tidak bisa membuat juga usaha saya sepertinya masih belum membutuhkan laporan itu mas.	
42. Apakah bapak/ibu membuat laporan laba rugi dalam mengelola keuangan usaha ini?		FD	Saya tidak membuat laporan laba rugi mas. Soalnya saya tidak bisa mas. Saya tidak membuat laporan itu mas. selain belum perlu digunakan saya juga tidak bisa membuatnya mas.	
		RU	Saya tidak pernah membuat mas selama ini. Soalnya belum penting juga mas kalau saya membuat. Laporan ini sepertinya belum kepakai mas diusaha saya. Jadi saya tidak membuat.	

		MU	Selama ini belum pernah membuat itu mas. selain saya tidak bisa membuat juga usaha saya sepertinya masih belum membutuhkan laporan itu mas. Maaf mas saya tidak bisa membuat laporan itu mas. Jadi saya tidak membuat. Soalnya laporan yang seperti itu saya rasa belum kepakai mas diusaha kecil.	
43. Bagaimana cara menerapkan pengendalian awal pada usaha ini?		FD	Iya mas jadi awal mendirikan usaha ini untuk modal dari tabungan sendiri yang digunakan untuk membeli alat dan bahan baku. Kemudian juga merekrut dua karyawan yang sudah bisa dalam mengelola kayu. Jadi tidak perlu mengajari dari kemampuan dasar.	Dari keseluruhan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengrajin rebana dalam pengendalian para pengrajin rebana untuk mendirikan usaha kebanyakan modal dari pribadi. Yang kemudian memilih bahan baku yang berkualitas serta karyawan yang sebelumnya sudah mempunyai kemampuan dasar tetnatang pertukangan. Dalam pengendalian berjalan kebanyakan pemilih usaha juga ikut bekerja. Jadi kendala apa yang dialami karyawan dapat cepat teratasi.
		RU	Awal mendirikan usaha ini saya sebelumnya ikut kakak saya mas. Jadi aya merguru dulu. Kemudia setelah ada tabungan sedikit-sedikit saya belikan bahan baku dan alat.	
		MU	Modal alhamdulillah dari diri pribadi mas dulunya. Awal medirikan usaha ini sudah saya perhitungkan mas. Mulai dari alat dan bahan saya memilih yang berkualitas.	
44. Bagaimana pengendalian berjalan dari usaha kerajinan rebana ini?		FD	Iya mas selama proses produksi saya langsung yang memantau kerja karyawan. Saya juga ikut kerja mas tapi jamnya beda. Jadi kalau ada kendala kryawan saya ketika bekerja saya tahu. Misal kendala mesin rusak saya langsung yang menghendel mas. Hal	

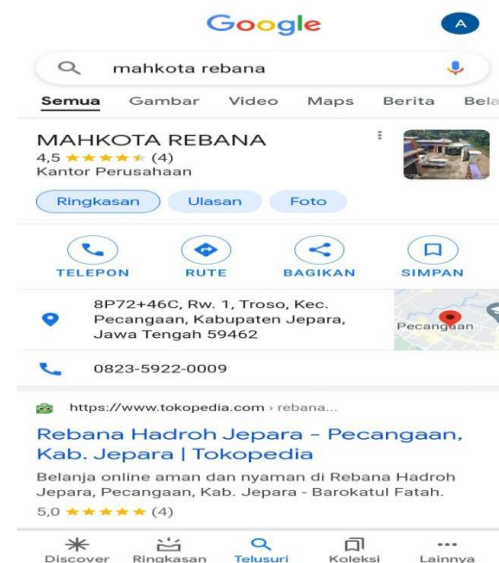
			tersebut agar tidak menunda pekerjaan mas. Kemudian ada bahan baku yang kurang berkualitas atau habis saya langsung yang akan mencari.	
		RU	Untuk karyawan dulu ada dua yang saya pilih sudah benar-benar bisa tukang kayu minimal. Selama proses produksi saya langsung yang mengarahkan karyawan-karyawan saya mas. Soalnya saya juga ikut kerja. Maka dari itu misal ada kendala mesin rusak, bahan baku habis dan pengiriman telat saya langsung antisipasi mas.	
		MU	Untuk pemantauan kerja karyawan suami saya yang tahu mas. Kalau ada kendala produksi misal ada kerusakan mesin turunya kualitas bahan kayu suami saya yang mengantisipasi. Saya bekerja untuk menerima pembeli mas. Untuk proses negosiasi jadi kita bagi tugas mas.	

Lampiran 8. Dokumentasi

Dokumentasi wawancara




Dokumentasi pemasangan google bisnis usaha kerajinan rebana



Dokumentasi pemasaran online facebook

← Q Cari



Mahkota Rebana
-MAHKOTA REBANA JEPARA-
(WA 082359220009)

Diminta Pesan ...

Kirim pesan pribadi... KIRIM

Bekerja di **Sahabat Rebana**

Pernah belajar di Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Tinggal di **Jepara**

← Q Cari



Alat Rebana Al Hafidz
👤 Alat rebana asli Jepara
📍 Lok. Perbatasan Pecangaan/troso kab. jepara
📞 Ready stock 📞
089508997049

Tambah Teman Pesan ...

Jepara

Jepara

Pernah belajar di SMA N 1 Jepara



Dokumentasi foto produk mahkota rebana



Dokumentasi produk Al Hafidz



Produk rebana Al masykuri



Catatan dokumen dari usaha kerajinan rebana

Harga Rebana

1	Pelana	Ukuran 25cm	Rp. 250.000
2	-	20cm	Rp. 250.000
3	-	30cm	Rp. 275.000
4	-	35cm	Rp. 300.000
5	Kepruk	Kayu	Rp. 100.000
6	Kepruk	mika Stel	Rp. 200.000
7	Kepruk	mika Donat	Rp. 150.000
8	Tom	Kayu	Rp. 200.000
9	-	mika Stel	Rp. 200.000
10	-	mika Donat	Rp. 175.000
11	Darbuka	Kayu	Rp. 600.000
12	Darbuka	Cor/Aluminium	Rp. 800.000
13	-	8 3/4"	Rp. 900.000
14	-	5"	Rp. 1050.000
15	Bas	35 Kulit / mika	Rp. 580.000
16	Bas	40 Kulit / mika	Rp. 650.000
17	Bas	45 Kulit / mika	Rp. 750.000
18	Bas	50 Kulit / mika	Rp. 900.000
19	Bas	55 Kulit / mika	Rp. 1100.000
20	Bas	60 Kulit / mika	Rp. 1400.000
21	Bas	Tangan / ss	Rp. 300.000
22	Bas	Tangan 40	Rp. 450.000
23	Bas	Tangan 45	Rp. 550.000
24	Bas	Tangan 55	Rp. 700.000
25	Bas	Tangan 65	Rp. 900.000

1578/16/07/21	Sekeloa	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1579/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1575/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1576/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1577/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1579/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1580/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65
1581/16/07/21	M. Kasli	Bas d. Tom kulit ukur 35cm	Kepruk kayu	Kepruk mika	Tom kayu	Darbuka kayu	Bas 35	Bas Tangan 40	Bas Tangan 45	Bas Tangan 55	Bas Tangan 65

AL-HAFUZH

Perdagangan & Industri

Alamat: Jl. Raya Pagaragan, Desa Tugu RT 003, Kecamatan, Jember

Phone: 031-828718883

Pin BB: 07892538

Instagram: rebanaahalfuzh

No. Rek. BIRI 58930102498535 a/n Masrukin

NOTA

Pcs/Set	Nama Barang	Harga	Total
12	Seti 4 Bas	30000	360000

Kerajinan Terbang "MUBAROKAN TOYIBAN"

Jepara, 2-3 2021

Melayari Pesanan & Perbaikan Terbang Rebana Modern, Tamboran, Jidur, Bagus, dll

Kepada Yang Terhormat

Jl. Bugel Km. 01 Trosro RT. 08 RW. 03 Pecangaan Jepara Jawa Tengah Telp. 0291 - 3305380 HP. 081 - 22805541

No. Rek. BIRI Pecangaan Kulon Jepara An. Muhayyannah 5895-01-022769-53-5

repele

Nota No.

Banyaknya	Nama Barang & Ukuran	Keterangan	Harga Satuan	Jumlah Rp.
4	Terbang ukur 30		300.000	1200.000
1	Bas 40		700.000	700.000
1	Bas 60		800.000	800.000
1	Bas segi 6		600.000	600.000
1	Bas segi 8		700.000	700.000
1	ongker		150.000	150.000
TOTAL				4950.000

Selesai Tol: H.M.A MASYKURI (ahm)

Kerajinan Terbang "MUBAROKAN TOYIBAN"

ORDER CONTROL

No	Nama Barang	Ukuran	Kapas	Tas	Keterangan
1	TERBANG	30			2200
2	BAS MIKA				2000
3	BAS KULT	5, 6, 7, 8	4		2000
4	TAM				2000
5	CEPURI / KEPLAK				
6	DUMBLUK				
7	CALTI				
8	KETIPUNG				

Selesai Tanggal: 10/08/2021

ACC: H.M.A MASYKURI (ahm)

Dokumentasi kemasan





YAYASAN PEMBINA LEMBAGA PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI PGRI SEMARANG
 FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG

Kampus : Jalan Sidodadi Timur Nomor 24 Semarang Indonesia. Telp. (024) 8448217, 8316377
 Faks. (024)8448217 Website: www.upgris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu 22 Desember 2021, berdasarkan susunan tim penguji Skripsi :

1. Nama : Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil.
 Jabatan : Ketua
2. Nama : Novika Wahyuhastuti, SE.,M.Si.
 Jabatan : Sekretaris
3. Nama : Dr. Endang Wuryandini, M.Pd.
 Jabatan : Anggota (Penguji I)
4. Nama : Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.
 Jabatan : Anggota (Penguji II)
5. Nama : Valdyan Drifanda, S.Pd., M.Pd.
 Jabatan : Anggota (Penguji III)

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah telah diuji skripsinya.

Nama	: Mohamad Riduwan	Fakultas	: FIPSKR
N.P.M	: 16220062	Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
		Program Pendidikan	: Strata 1

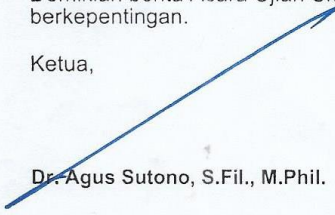
Judul Skripsi :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN REBANA DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI
 KECAMATAN PECANGGAAN KABUPATEN JEPARA

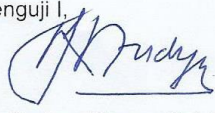
Nilai :

Demikian berita Acara Ujian Skripsi dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

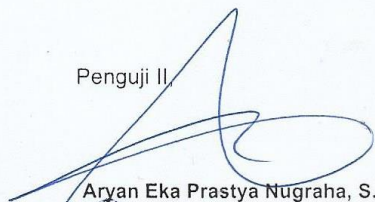
Ketua,


 Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil.

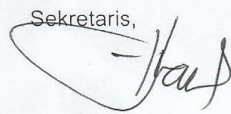
Penguji I,


 Dr. Endang Wuryandini, M.Pd.

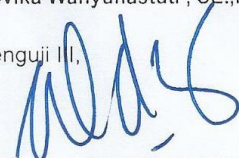
Penguji II,


 Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.

Sekretaris,


 Novika Wahyuhastuti, SE.,M.Si.

Penguji III,


 Valdyan Drifanda, S.Pd., M.Pd.



Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil.
 NIP/NIP 107801284