

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA CV SEBUTRET (SERAT SABUT KELAPA
BERKARET) INDONESIA DESA TAMBAKSARI,
WANAREJA, CILACAP**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
LUTHFI HERLINAWATI
NIM. 1717201158

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luthfi Herlinawati
NIM : 1717201158
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan
Penjualan Pada CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa
Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja,
Cilacap

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 21 September 2021

Saya yang menyatakan,

IAIN PURWOKERTO



Luthfi Herlinawati

NIM. 1717201158



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

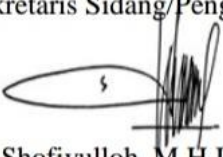
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA CV SEBUTRET (SERAT SABUT KELAPA BERKARET) INDONESIA
DESA TAMBAKSARI, WANAREJA, CILACAP**

Yang disusun oleh Saudari **Luthfi Herlinawati NIM 1717201158** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **08 Oktober 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Shofiyulloh, M.H.I
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji


Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si.
NIDN. 2009039301

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 14 Oktober 2021

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. T. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Luthfi Herlinawati NIM 1717201158 yang berjudul:

**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada CV Sebutret
(Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja,
Cilacap**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 21 September 2021

Pembimbing



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIDN. 2009039301

MOTTO

“Dunia ini hanya Mimpi dan kau akan terbangun saat kau mati”

Ali bin Abi Thalib

Tidak ada salahnya menghadirkan keindahan meski hanya mimpi. selama mimpi tidak padam, mimpi tersebut masih dapat dilanjutkan sampai Allah SWT berkehendak untuk memberhentikan



**MARKETING STRATEGIES IN INCREASING SALES AT CV
SEBUTRET (RUBBERIZED COCO FIBER) INDONESIA TAMBAKSARI
VILLAGE, WANAREJA, CILACAP**

**Luthfi Herlinawati
NIM. 1717201158**

Email: luthfiherlinawati11799@gmail.com

Departement of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
State Institute on Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

The rubberized coco fiber (sebutret) industry is a product made of coconut coir and rubber latex. A company expects sales to increase. One of them is by designing a marketing strategy. According to Tull and Kahl, marketing strategy is a fundamental tool that is planned to achieve company goals by developing competitive advantage through the markets entered and the marketing programs used to reach these target markets.

The purpose of this study is to determine the application of marketing strategies at CV Sebutret Indonesia in Tambaksari, Wanareja, Cilacap in increasing product sales. This research uses field research with descriptive qualitative research.

Product strategy that was implemented and offered to consumers when the old leadership (Alm. H. Karsono) only offered mattress products, over time accompanied by product strategy CV Sebutret Indonesia under the new leadership (Mr. Muhammad Fairdaus Hijriah) succeeded in creating diverse products to attract consumers wider because many products are offered to attract more consumers to increase sales. In determining the prices, CV Sebutret Indonesia is closely tied to raw materials, not following market prices. The distribution process or purchase of sebutret products from CV Sebutret Indonesia, can be done online or offline with transaction between producers and consumers. The mainplace of production and sales is located at Tambaksari Village which is close to raw materials and the second point of sale in Majenang which is close to the city center. Promotions carried out by CV Sebutret Indonesia through social media, distribution of brochures, training and exhibitions.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Industry, Sebutret

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA CV SEBUTRET (SERAT SABUT KELAPA BERKARET)
INDONESIA DESA TAMBAKSARI, WANAREJA, CILACAP**

Luthfi Herlinawati

NIM. 1717201158

Email: luthfiherlinawati11799@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Industri serat sabut kelapa berkaret (sebutret) merupakan produk yang bahan baku utamanya dari sabut kelapa dan getah karet. Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan meningkat. Salah satunya dengan merancang strategi pemasaran. Menurut Tull dan Kahl strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pada CV Sebutret Indonesia desa tambaksari, wanareja, cilacap dalam meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.

Strategi Produk yang diterapkan dan ditawarkan kepada konsumen saat kepemimpinan lama (Alm. H. Karsono) hanya menawarkan produk kasur, seiring berjalannya waktu diiringi strategi produk, CV Sebutret Indonesia dibawah kepemimpinan baru (Bapak Muhammad Firdaus Hijriah) berhasil menciptakan produk yang beraneka ragam untuk menjaring konsumen semakin luas karena banyak produk yang ditawarkan untuk menarik konsumen lebih banyak guna meningkatkan penjualan. Dalam menetapkan harga CV Sebutret Indonesia terikat erat dengan bahan baku, tidak mengikuti harga pasaran. Proses distribusi atau pembelian produk sebutret dari CV Sebutret Indonesia, bisa dilakukan dengan online ataupun offline dengan transaksi antara produsen pada konsumen. Untuk tempat produksi dan penjualan utama beralamat di Desa Tambaksari yang dekat dengan bahan baku dan tempat penjualan kedua berada di Majenang yang dekat dengan pusat kota. Promosi yang di lakukan oleh CV Sebutret Indonesia melalui media sosial, penyebaran brosur, pelatihan dan pameran.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Industri, Sebutret

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	ḥ	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	ẓal	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

Ta' marbutah di akhir kata bla dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولايا	Ditulis	Karâmah al-auliyâ
---------------	---------	-------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفطر	Ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

B. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

C. Vokal Panjang

1.	Fathah+ alif	Ditulis	A
----	--------------	---------	---

	ج ا ه ل ي ة	Ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah+ya' mati	Ditulis	A
	ت ن س	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah+ya' mati	Ditulis	I
	ك ر ي م	Ditulis	Karîm
4.	Dammah+wawu mati	Ditulis	U
	ف ر و ض	Ditulis	Furûd

D. Vokal Rangkap

1.	Fathah+ya'' mati	Ditulis	Ai
	ب ي ن ك م	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	ق و ل	Ditulis	Qaul

E. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أ ن ت م	Ditulis	a'antum
أ ع د ت	Ditulis	u'iddat

F. Kata sandang alif+lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyah

ال ق ي اس	Ditulis	al-qiyâs
-----------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

ال س م اء	Ditulis	As-samâ
-----------	---------	---------

G. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ لفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
-----------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT karena dengan hidayah dan inayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang dalam hal ini dikarenakan kelemahan dan keterbatasan penulis. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis merasa banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Ibu Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang sangat sabar dalam membimbing penulis dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam skripsi ini sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga Ibu Akhris diberikan Kesehatan, Kelancaran Rezeki, dan Kebahagiaan dunia dan akhirat. Aamiin.
5. Bapak, Ibu Dosen, dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
6. Kedua orang tua Bapak Eko Sartono, S.Ag., MM, dan Ibu Tati Herlina yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan juga kesempatan belajar yang baik sehingga tercapainya studi penulis.

7. Kedua saudara penulis, Burhanuddin Rabbani dan Hanif Imaduddin yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan doa, kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Via, Ayu, Dhea, Lusi, Sangid, Titis, Winda, Zaenita, Ismiyati yang telah menjadi teman seperjuangan penulis dan saling support satu sama lain.
9. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah D angkatan 2017
10. Terimakasih kepada Teman Kost Vina, Mb Iva, Febi, Dilla, Binti, Izah, Arisa, Amanah, Mb Dina dan Teman Mes Akhwat Ica, Sevi, Khusna, Melita yang selalu menyupport penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Terimakasih kepada Bapak Muhammad Firdaus Hijriyah Pemilik CV Sebutret Indonesia yang berkenan membantu terselesaikannya skripsi ini.
12. Terimakasih IMM Yunus Anis yang telah menghadirkan kebahagiaan, saat saya menimba ilmu, sehingga saya memiliki kenangan indah di bangku kuliah
13. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah turut serta membantu terselesaikannya skripsi ini.

Last, but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.

Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat khususnya bagi penulis, dan umumnya bagi para pembaca Aamiin yaa robbal'alamiin.

Purwokerto, 21 September 2021

Penulis



Luthfi Herlinawati

NIM. 1717201158

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	10
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	15
B. Strategi Pemasaran	21
C. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	24
D. Penjualan	32
E. Tinjauan Pustaka	34
F. Landasan Teologis	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51

C. Sumber Data	51
D. Teknik Pengumpulan Data	52
E. Teknik Analisis Data.....	54
F. Teknik Keabsahan Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
1. Sejarah Singkat CV Sebutret Indonesia	57
2. Lokasi Penelitian.....	58
3. Tujuan Perusahaan	59
4. Bahan Baku Peralatan	60
5. Proses Produksi.....	62
B. Strategi Pemasaran CV Sebutret Indonesia.....	66
1. Strategi Produk.....	66
2. Strategi Harga.....	70
3. Strategi Tempat/Distribusi	72
4. _Strategi Promosi	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	15
B. Saran.....	17
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN.....	24
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Usaha Industri Kerajinan Kabupaten Cilacap Tahun 2020
Tabel 1.2	: Data Penjualan Produk CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari
Tabel 1.3	: Data Gabungan Pejualan di Desa Tambaksari dan di Majenang
Tabel 2.1	: Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan
Tabel 4.1	: Batas Wilayah Desa Tambaksari
Tabel 4.2	: Daftar Alat dan Bahan Sebutret
Tabel 4.3	: Daftar Harga



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.1 : Komponen-komponen Analisis Data Kualitatif Model Interaktif
- Gambar 4.1 : Kondisi Pabrik CV Sebutret Indonesia
- Gambar 4.2 : Struktur Organisasi CV Sebutret Indonesia
- Gambar 4.3 : Proses produksi Sebutret
- Gambar 4.4 : Produk CV Sebutret Indonesia
- Gambar 4.5 : Lokasi Produksi CV Sebutret Indonesia
- Gambar 4.6 : Media Promosi CV Sebutret Indonesia



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Gambar Produk Sebutret Indonesia
- Lampiran 2 : Quisioner Wawancara
- Lampiran 3 : Permohonan Izin Observasi Pendahuluan
- Lampiran 4 : Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 8 : Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 10 : Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Selain Skripsi
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 14 : Kartu Bimbingan Skripsi



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertanian di Indonesia, pada awalnya diarahkan untuk pencukupan pangan. Sedangkan pertanian mampu menyediakan bahan mentah untuk industri pengolahan, untuk industri ukir-ukiran, kayu anyaman, dan lain-lain. Seiring dengan peningkatan penguasaan ilmu, zaman yang semakin berkembang, serta majunya teknologi, mengakibatkan terjadinya perubahan dari pertanian ke industri karena kecenderungan pola transformasi. Industri sendiri merupakan segala sektor yang dapat menghasilkan nilai tambah dan secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu industri yang menghasilkan barang dan industri yang menghasilkan jasa (Faried, 2019: 46). Penelitian ini lebih cenderung pada industri pengolahan barang, lebih tepatnya agroindustri.

Dengan berubahnya zaman dari masa ke masa, sektor pertanian mengalami penurunan, sedangkan sektor industri termasuk industri pengolahan hasil pertanian meningkat dan dapat menjadi penggerak pembangunan dimasa depan dengan peran yang lebih besar, Agroindustri (pertanian, perikanan, peternakan) mampu bertahan bahkan tumbuh pada kondisi krisis ekonomi dan moneter (Aulia, 2012: 11).

Limbah menjadi salah satu permasalahan yang terbesar yang dihadapi Indonesia, salah satunya limbah pertanian. Limbah pertanian dihasilkan dari kegiatan pertanian (Suhartini, 2018: 10). Seperti yang sudah diketahui oleh banyak orang kelapa memiliki banyak manfaat. Tetapi kebanyakan orang hanya memanfaatkan buahnya saja, sedangkan kelapa memiliki manfaat lain yang dapat di eksplor menjadi lebih baik lagi yaitu sabut kelapa, buah kelapa biasanya dijadikan hanya sebatas pembuatan arang bahkan dibuang. Tidak adanya inovasi yang dikembangkan dari kelapa yang diolah lagi menghasilkan sabut kelapa selanjutnya dijadikan bahan baku produk sebutret. Berbeda dengan pemanfaatan kelapa yang lainnya, industri sebutret indonesia

desa tambaksari melakukan terobosan untuk meningkatkan nilai jual sebuah limbah, yang seharusnya dibuang, namun dapat dimanfaatkan menjadi barang yang bernilai tinggi serta memiliki banyak manfaat.

Serat sabut kelapa dapat dikembangkan menjadi produk-produk yang bernilai komersial karena memiliki potensi. Potensi dari serat sabut kelapa (*mattress fibre* atau *coir fibre*) yang merupakan hasil dari pengolahan sabut kelapa sebenarnya dapat digunakan menjadi a) penahan panas pada industri pesawat terbang, b) bahan pengisi jok atau bantalan kursi pada industri mobil, c) bahan geotekstil untuk perbaikan tanah pada bendungan, d) bahan *cocosheet* sebagai pengganti busa pada industri spring bed, e) bahan untuk membuat berbagai kebutuhan rumah tangga seperti tali atau tambang, sapu, sikat, keset, pot bunga, gantungan bunga, isolator, karpet, gumpalan benang ikat, filter air, dan bahan pewarna batik, f) selain itu sabut kelapa yang diolah dengan karet daur ulang mampu meredam suara, g) dalam pengaspalan yang digunakan sebagai bahan pencampur dapat meningkatkan stabilitas dan ketahanan struktur jalan

Sebutret merupakan sebuah produk kombinasi antara serat sabut kelapa dengan karet alam. Produk sebutret (serat sabut kelapa berkaret) berpotensi untuk dikembangkan, terutama untuk bahan baku pembuatan kasur. Simon George (2006) mengatakan bahwa kasur yang berasal dari sebutret merupakan sebuah evolusi dari kasur tradisional yang berasal atau terbuat dari kapas. Selain itu, produk sebutret dapat dikembangkan untuk pembuatan jok, kursi, tas laptop, kopiah, bantal dan guling pada industri furnitur. Selain menciptakan nilai tambah, serat sabut kelapa berkaret mempunyai beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan produk serupa yang berbahan baku busa sintetis. Keunggulan dari produk serat sabut kelapa berkaret ini adalah relatif lebih ringan, bersifat lebih sejuk dan dingin, lebih tahan terhadap bakteri, lebih sedikit menampung debu, tidak berisik karena mampu meredam bunyi, mempunyai elastisitas atau kepegasan yang baik, dan kerapatan atau densitasnya dapat divariasikan karena bentuknya dapat

disesuaikan dengan keinginan konsumen, lebih ramah terhadap lingkungan dan kesehatan (Junardi, 2017).

Menurut Philip Kotler dalam buku Alvonco (2014), penjualan merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Untuk meningkatkan penjualan, suatu usaha harus menetapkan strategi pemasaran yang tepat.

Untuk strategi pemasaran sendiri Menurut Tull dan Kahle dalam Fandy Tjiptono (2019) strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut. Jadi, Strategi Pemasaran merupakan sebuah proses yang menghantarkan perusahaan pada peluang pasar yang besar untuk meningkatkan penjualan dan meraih keunggulan yang di harapkan.

Dalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih mampu menembus dan memenangkan pasar. Industri akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Konsep dan perancangan strategi merupakan faktor kunci keberhasilan. Analisis mengenai pasar, pelanggan dan produk merupakan suatu hal yang sangat penting (Wibowo, 2015).

Selain hal diatas, penerapan strategi dengan melakukan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran merupakan cara pengusaha mampu mempengaruhi konsumennya. Bauran pemasaran memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang konkret. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 4 (empat) macam, yaitu tindakan mengenai *product, price, place dan promotion* (Rinata, 2019).

Tindakan yang pertama dalam analisis ini adalah strategi produk. Strategi ini menjadi sebuah proses dalam menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju (Makmur, 2015). Dalam menciptakan produk di dampingi strategi yang selaras tentunya akan mempermudah penyebaran produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk termasuk barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, organisasi, kepemilikan, informasi dan ide (Manap, 2016: 255). Sehingga, penulis tertarik untuk mengkaji bagaimanakah strategi produk yang diterapkan oleh industri sebetret indonesia terhadap pengembangan produknya untuk ditawarkan kepada konsumen.

Tindakan selanjutnya ialah strategi harga yang berperan penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar (Makmur, 2015). adanya harga menjadi salah satu kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen. Dalam hal ini, penulis mencoba menganalisis produk pada industri sebetret indonesia terkait bagaimanakah penerapan metode penetapan harga dari setiap varian jenis produknya kepada sasaran konsumennya.

Adapun tindakan ketiga yaitu strategi tempat, dalam mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, saluran pemasaran (*marketing chanel*s) dan distribusi fisik (*physical distribution*) kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan (Makmur, 2015). Pemilihan tempat sebagai salah satu upaya pemasar untuk mendekatkan produknya kepada konsumen. Aspek penyaluran (distribusi) merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup pada pemilihan saluran pemasaran dan distribusi fisik (Assauri, 2017: 233). Keberhasilan strategi pemasaran juga diikuti dengan strategi penempatan saluran (distribusi) dengan bidikan lokasi yang sesuai terhadap produk yang dipasarkan akan menambah peningkatan produk yang akan terjual. Sehingga penulis tertarik untuk menggali informasi terkait bagaimanakah mekanisme pemilihan

saluran tempat pemasaran yang tepat dalam memuaskan kebutuhan para pelanggannya.

Tindakan terakhir yang tidak kalah penting adalah strategi promosi, strategi ini merupakan kegiatan mempengaruhi konsumen, untuk membeli atas produk yang ditawarkan (Makmur, 2015). Dikenal konsumen menjadi hal yang diupayakan oleh perusahaan dalam menunjang pemasaran yang dilakukan. Disisi lain dengan berkembangnya zaman tentunya menjadi tugas tersendiri bagi perusahaan dengan menyesuaikan antara kondisi pasar dan teknik yang digunakan dalam menjangkau konsumen akan produknya. Oleh karena itu, aspek promosi juga menjadi perhatian penulis tentang bagaimana dalam penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia dalam melakukan transformasi dalam setiap kegiatan pemasarannya.

Usaha Sebutret (serat sabut kelapa berkaret) merupakan produk yang bahan baku utamanya dari alam yaitu kelapa, lebih tepatnya serat sabut kelapa dan getah karet. Industri sebutret masih sedikit yang mendirikan, dan belum dikenal oleh masyarakat serta digunakan oleh masyarakat karena produksinya masih terbatas, dan belum maksimal di beberapa aspeknya. CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia ini beralamat di Dusun Tambleg Rt 02 Rw 05 Desa Tambaksari Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Lokasi CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia ini jauh dari pusat kota, tepatnya cukup pelosok yang dikaitkan dengan ketertinggalan namun masih bisa dilalui kendaraan dengan jalan yang terjal.

Sedangkan kawasan tertinggal merupakan suatu kawasan yang tidak mampu memelihara dirinya sendiri sesuai dengan standar taraf hidup, disebabkan kemiskinan secara struktural dan natural, Kemiskinan struktural ialah kemiskinan karena struktur sosial sedangkan kemiskinan natural disebabkan karena faktor alam yang tidak seimbang antara rasio jumlah penduduk dengan daya dukung alam. Dalam Peraturan Presiden Nomor 131 Tahun 2015 tentang penetapan daerah tertinggal yang disebutkan bahwa daerah tertinggal adalah kabupaten yang wilayah serta masyarakatnya kurang

berkembang dibandingkan dengan daerah lain dalam skala nasional dengan kriteria, antara lain: 1) perekonomian masyarakat; 2) sumber daya manusia; 3) sarana dan prasarana; 4) kemampuan keuangan daerah; 5) aksesibilitas; dan 6) karakteristik daerah (Nasir, 2017).

Untuk lokasi CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia sendiri, tempat produksinya hanya bagian sarana prasarana yang belum memadai dan seadanya yang ada di kota, kondisi lokasi merupakan sebuah kampung yang cukup terjaga, terdapat aliran listrik yang masuk, namun tidak ada transportasi umum yang beroperasi. Karena topografis Desa Tambaksari secara umum termasuk daerah dataran Tinggi, dan berbukit bergelombang dan berdasarkan ketinggian wilayah Desa Tambaksari diklasifikasikan kepada Dataran Sedang (>500 m dpl).

Industri sebutret yang ada di Kabupaten Cilacap yang paling menonjol dan penjualannya paling tinggi berasal dari CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari, karena industri tersebut masuk dalam daftar industri produk unggulan Kabupaten Cilacap. Dari dokumen yang diperoleh dari Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) serta Dinas Ketenagakerjaan dan Industri (Disnakerin) Kabupaten Cilacap dapat diolah menjadi data industri kerajinan yang menerangkan bahwa usaha industri kerajinan yang memiliki nilai penjualan paling tinggi pada tahun 2020 dari CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia yaitu sebesar Rp. 710.000.000 disamping rendahnya pengetahuan masyarakat terkait produk CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia dan perjuangan melawan pandemi semua usaha industri yang ada di kabupaten cilacap mengalami penurunan. Banyaknya konsumen yang tiba-tiba hilang tentunya tidak menyurutkan semangat para wirausaha industri kecil menengah ini dalam bertahan dengan berbagai cara untuk keberlangsungan usahanya. Meskipun pandemi pendapatan yang diperoleh CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia masih menjadi usaha yang paling tinggi pendapatannya, berikut datanya.

Tabel 1.1
Data Usaha Industri Kerajinan Kabupaten Cilacap Tahun 2020

No	Usaha Kerajinan	Nama Usaha	Jumlah Produk /tahun (pcs)	Nilai Jual/tahun
1	Anyaman Bambu	Teropong Emas	31.267	Rp. 75.000.000
2	Anyaman Eceng Gondok	Kube Rizki Kelipuk	1.000	Rp. 54.000.000
3	Kerajinan Serat sabut Kelapa Berkaret (Sebutret)	CV Sebutret Indonesia	1800	Rp. 710.000.000
4	Kerajinan Tas Rajut	Tas Rajut	1.880	Rp. 9.800.000
5	Kerajinan Kerang	Pesona Hasil Laut	90.000	Rp. 126.810.000
6	Kerajinan Tanah Liat	Gallery Asmat	40.000	Rp. 520.000.000
7	Kerajinan Sapu Warna	Kerajinan Sapu Warna	50.000	Rp. 6.200.000

Sumber : Data dari Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) dan Dinas Ketenagakerjaan dan Industri (Disnakerin)

Usaha industri kerajinan CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia keberadaannya memberikan pengaruh dan kontribusi terhadap Kabupaten Cilacap melalui produknya yang memberikan nilai tambah ekonomis dari bahan baku yang keberadaannya melimpah sehingga dapat meningkatkan perekonomian dengan nilai penjualan paling tinggi. Disisi lain terdapat industri kerajinan sebutret lain yang berada di Kabupaten Cilacap, tepatnya di Sampang, berdasarkan pihak Dinas Ketenagakerjaan dan Industri

(Disnakerin) mengatakan bahwa industri sebutret yang berada di samping belum seproduktif dan seaktif seperti CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari.

Dalam wawancara dengan Muhamamad Firdaus Hijriyah sebagai Pemilik CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia pada tanggal 9 Maret 2020, beliau mengatakan bahwa saat ini CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari memulai produksinya pada tahun 2009 yang di pelopori oleh Alm. H. Karsono dan tahun 2016 berganti penanggungjawab yaitu Muhammad Firdaus Hijriyah, tentunya dengan adanya pergeseran kepemimpinan, banyak hal yang berubah salah satunya semakin beraneka ragamnya produk untuk menunjang kemajuan serta pengembangan usaha CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia.

Sebutret termasuk ke dalam benda yang ramah lingkungan karena bahan utamanya ialah sabut kelapa dan getah karet, dan sebutret juga mampu meningkatkan nilai dan manfaat bahan utama. Sebagai contoh sabut kelapa yang dibakar hanya menjadi arang dan nilai jualnya terbilang rendah, namun setelah diolah menjadi produk sebutret yang pada awalnya saat kepemimpinan Alm. H. Karsono hanya memproduksi kasur, dibawah kepemimpinan Bapak Muhammad Firdaus Hijriah mulai di kembangkan dengan menciptakan produk yang beraneka ragam diantaranya seperti kasur sebutret, jok mobil, souvenir (gantungan kunci, bros), tas, tempat tisu, kotak hias, kotak serbaguna, pot, sandal, bantal, tempat telur, guling, matras, karpet dan lembaran-lembaran sebutret (*coco sheet*), tentunya memiliki nilai lebih untuk di pasarkan.

Bahan baku karet diambil dari hasil perkebunan karet milik sendiri dan juga menjalin kerjasama dengan petani karet sekitar apabila bahan baku karet dari perkebunan sendiri tidak mencukupi kebutuhan. Sedangkan untuk sabut kelapanya pihak pemilik memilih menjalin kerjasama atau bermitra dengan petani sabut kelapa yang berada di tiga daerah yaitu Kecamatan Wanareja, Dayeluhur, dan Karang Sari. Tujuan menjalin kerjasama yang dilakukan oleh usaha CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia

adalah untuk menjalin relasi, mempermudah usaha CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia dalam memproduksi sebutret serta membantu perekonomian warga sekitar.

CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia mengoptimalkan saluran pemasaran dengan saluran komunikasi melalui media sosial dengan website resminya yaitu www.skarlux.com, media cetak (brosur) dan kegiatan pameran, saluran distribusi melalui pedagang grosir dan eceran baik pembelian secara langsung maupun online, saluran layanan yaitu memberikan layanan jasa antar produk dan pembayaran secara transfer dan cash. Pasar sebutret dapat dikatakan fluktuatif, karena produk sebutret masih dipandang *new product* oleh masyarakat lokal, belum *friendly* dan belum terkenal terutama di dalam negeri.

Dalam wawancara dengan Ratih sebagai Konsumen Produk CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia pada tanggal 29 Maret 2021, beliau mengatakan bahwa alasan menggunakan produk sebutret berupa kasur karena banyak manfaat yang didapatkan di antaranya rasa nyaman saat digunakan, produknya ramah lingkungan dan tidak panas, produknya dapat merefleksikan, serta produknya tahan lama.

Tabel 1.2

Data Penjualan Produk CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari

No	Tahun	Penjualan Produk Sebutret (pcs)	Harga
1	2017	650	Rp. 490.000.000
2	2018	900	Rp. 600.000.000
3	2019	1200	Rp. 820.000.000
4	2020	1800	Rp. 710.000.000

Sumber: Wawancara dengan Pemilik CV Sebutret Indonesia Pada Tanggal 09 Maret 2021

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan produk cenderung meningkat pada setiap tahunnya, penjualan pada tahun 2018 meningkat sebesar 18,3% dibanding tahun 2017, penjualan pada tahun 2019

meningkat sebesar 36,6% dibanding tahun 2018, penjualan tahun 2020 menurun 15,4% dibanding tahun 2019 yang disebabkan oleh pandemi covid 19 yang menyerang. Tinggi/ rendahnya jumlah produk sebutret yang terjual (pcs) tidak selalu penjualannya tinggi karena produk yang ditawarkan oleh CV Sebutret Indonesia beraneka ragam dengan harga yang berbeda. Berikut perincian penjualan CV Sebutret Indonesia di Desa Tambaksari dan di Majenang.

Tabel 1.3

Data Gabungan Pejualan di Desa Tambaksari dan di Majenang

No	Tahun	Desa Tambaksari	Majenang	Total
1	2017	550 pcs	100 pcs	650
2	2018	700 pcs	200 pcs	900
3	2019	620 pcs	580 pcs	1200
4	2020	910 pcs	890 pcs	1800

Sumber: Wawancara dengan Pemilik CV Sebutret Indonesia Pada Tanggal 04 Mei 2021

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis berniat untuk melakukan penelitian pada CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari untuk mendeskripsikan seberapa jauh konsep dan penerapan strategi pemasaran yang dilakukan untuk mengalami kemajuan, keberhasilan, serta berkembang usahanya, terutama saat mengalami peningkatan sebelum datangnya pandemi dan bagaimana startegi pemasaran yang dilakukan dalam menghadapi kondisi pandemi dalam keberlangsungan usahanya. sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada CV Sebutret (Serat Sabut Kelapa Berkaret) Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap”**

B. Definisi Operasional

Untuk memperjelas maksud dari judul penelitian ini, berikut disajikan definisi operasional istilah-istilah yang menjadi kata kunci dari penelitian ini, yaitu:

1. Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut (Tjiptono, 2019: 17).

Strategi pemasaran adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target yang dituju (Suharyadi, 2007: 191).

2. Penjualan

Menurut Philip Kotler, penjualan merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Penjualan sebagai salah satu fungsi pemasaran yang menentukan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan (Alvonco, 2014: 235).

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah bagian pemasaran itu sendiri adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran (Hutabarat, 2017).

3. CV (*Commanditaire Vennootschap*/ Persekutuan Komanditer)

Persekutuan komanditer adalah persekutuan untuk menjalankan perusahaan yang dibentuk antara satu atau beberapa orang sekutu yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab untuk seluruhnya pada

satu pihak dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain (pasal 19 KUHD)

CV mempunyai dua macam sekutu yakni sekutu kerja/ pengurus sekutu aktif dan sekutu komanditer pasif. Sekutu aktif adalah sekutu yang menjalankan perusahaan dan berhak melakukan perjanjian dengan pihak ketiga. Artinya semua kebijakan perusahaan dijalankan oleh sekutu aktif. Sekutu aktif sering disebut persero kuasa atau persero pengurus. Sedangkan sekutu pasif adalah sekutu yang hanya menyertakan modal dalam persekutuan. Jika perusahaan mengalami kerugian, mereka hanya bertanggungjawab sebatas modal yang disertakan dan begitu juga apabila untung. Status sekutu komanditer (pasif) dapat disamakan dengan seseorang yang menitip modal pada suatu perusahaan, yang hanya menantikan hasil keuntungan (Anggusti, 2021: 180).

4. Sebutret Indonesia

CV Sebutret Indonesia merupakan industri kerajinan yang berdiri sejak 2009, yang beralamat di Dusun Tambleg Rt 02 Rw 05 Desa Tambaksari Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. CV Sebutret Indonesia mengangkat produk perusahaannya dengan kreasi dan inovasi sebuah limbah menjadi produk layak pakai dan bernilai tinggi. Sebutret sendiri merupakan singkatan dari “Serat Sabut Kelapa Berkaret”

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, definisi tersebut menurut Menteri Perindustrian RI (2006) pasal 1 ayat 1-3 (Nurdiyanto, 2016:). Industri sebuah bentuk kegiatan ekonomi masyarakat atau perusahaan dalam mengolah bahan-bahan dari sumber daya lingkungan menjadi barang yang bermanfaat bagi manusia (Faried, 2019: 45). CV Sebutret Indonesia ini termasuk kedalam industri kecil menengah.

Produk sebutret merupakan kombinasi antara serat sabut kelapa dan getah karet yang mana dalam memproduksi serat sabut kelapa berkaret secara umum meliputi beberapa proses yakni proses pengolahan

sabut kelapa menjadi serat atau menjadi serat keriting, proses pengolahan lateks atau getah karet, proses pembuatan compon dan proses pembentukan produk-produk sebutret.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Konsep Strategi Pemasaran Pada CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap dalam meningkatkan penjualan produknya?
2. Bagaimana Implikasi Tingkat Keberhasilan Strategi Pemasaran yang Digunakan CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap dalam meningkatkan penjualan produknya?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk Mengetahui Konsep Strategi Pemasaran pada CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap dalam meningkatkan penjualan produknya.
 - b. Untuk Mengetahui Implikasi Tingkat Keberhasilan Strategi Pemasaran pada CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap dalam meningkatkan penjualan produknya.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis serta dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada saat perkuliahan baik dalam bidang teori maupun praktek.

2) Bagi Pembaca

Sebagai referensi bacaan, diharapkan dapat berguna untuk penelitian dengan tema strategi pemasaran, penjualan, industri, dan sejenisnya.

b. Manfaat Praktis

Peneliti dapat memberikan masukan dan saran kepada CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari berdasarkan hasil penelitian mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) serta perencanaan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana setiap bab membahas masalahnya masing-masing, namun berkaitan antara bab satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

- Bab I Merupakan bab yang berisi Pendahuluan, berupa Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan Skripsi.
- Bab II Merupakan Landasan Teori penelitian ini berisi tentang Pemasaran, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Penjualan, Tinjauan Pustaka, Landasan Teologis
- Bab III Metode Penelitian, Bab ini memuat tentang Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Teknik Keabsahan Data.
- Bab IV Berisi tentang Hasil Penelitian berupa Gambaran Umum CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari, Pembahasan tentang Strategi Pemasaran yang dilakukan CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari.
- Bab V Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, yang berisi Kesimpulan dan Saran

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait konsep dan implikasi tingkat keberhasilan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada CV Sebutret Indonesia di Dusun Tambleg Rt 02 Rw 05 Desa Tambaksari Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Konsep strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dengan menghadirkan produk kerajinan yang di kreasikan dan diinovasikan dari bahan alam (kelapa dan karet) yang di ambil sabut kelapa serta getah karetnya. Produk sebutret masih belum banyak dikenal oleh masyarakat serta kompetitornya masih sedikit.

Strategi produk yang dilakukan oleh CV Sebutret Indonesia menggunakan bahan baku yang baik guna menunjang kualitas produk sebutret dengan takaran yang sesuai untuk menghadirkan produk yang memiliki nilai lebih namun masih dapat di jangkau oleh masyarakat. Yang biasanya buah kelapa hanya di dimanfaatkan buahnya lalu di buang atau dijadikan arang, namun tidak dengan CV Sebutret Indonesia ini mampu menghadirkan olahan limbah menjadi barang yang memiliki manfaat lebih banyak. Strategi Produk yang diterapkan dan ditawarkan kepada konsumen yang dilakukan oleh CV Sebutret Indonesia. Saat kepemimpinan lama (Alm. H. Karsono) hanya menawarkan produk kasur, seiring berjalannya waktu diiringi strategi produk, CV Sebutret Indonesia dibawah kepemimpinan baru (Bapak Muhammad Firdaus Hijriah) berhasil menciptakan produk yang beraneka ragam diantaranya yaitu Kasur, *Coco Sheet* (lembaran sebutret), *Coco Mesh* (jaring anyaman), *Coco Pot* untuk Bunga, Tempat telu, *Highrack Cocopot*, Karpet Sebutret, Bantal & Guling, Kasur Lipat, sandaran Jok Mobil, Matras, Sandal, Tas Laptop, Tempat Tisu, Tali/ Tambang serta terbuka pada permintaan produk yang konsumen inginkan. Dengan begitu penerapan strategi pemasaran yang dilakukan untuk menjaring konsumen semakin luas

karena banyak produk yang ditawarkan untuk menarik konsumen lebih banyak guna meningkatkan penjualan.

Dalam menetapkan harga CV Sebutret Indonesia terikat erat dengan bahan baku, tidak mengikuti harga pasaran yang beredar, karena industri sebutret yang ada di Indonesia masih sedikit (kompetitor yang minim). Dengan penetapan strategi harga dari bahan baku, CV Sebutret Indonesia tetap berhasil menarik konsumen karena dalam penetapan harga tidak adanya pengambilan keuntungan secara *double*. Sesuai dengan biaya bahan baku dan produksi, harga CV Sebutret Indonesia tergolong dapat dijangkau oleh masyarakat.

Proses distribusi atau pembelian produk sebutret dari CV Sebutret Indonesia, bisa dilakukan dengan online ataupun offline. Jika konsumen yang memesan sekitaran daerah produksi langsung dikirim tanpa biaya transport. Sedangkan konsumen yang melakukan transaksi lewat online/offline dengan jarak jauh terdapat akomodasi dana untuk transport. Karena untuk lokasi CV Sebutret Indonesia di Dusun Tambleg Rt 02 Rw 05 Desa Tambaksari, Kecamatan Wanareja sendiri berada di daerah pegunungan jauh dari pusat kota dengan jalan yang terjal namun tidak di jadikan permasalahan dalam usahanya yang dijadikan tempat produksi dan tempat pemasaran utama serta tempat pemasaran kedua yang dekat dengan pusat kota yaitu yang beralamat di Jl. H. Ibrahim Rt 01 Rw 04 Desa Salebu, Kecamatan Majenang. Pada masa kepemimpinan lama (Alm. H. Karsono) CV Sebutret Indonesia hanya memiliki 1 tempat penjualan yaitu yang ada di Desa Tambaksari, dengan upaya membangun *market* yang lebih besar dibawah kepemimpinan baru yaitu kepemimpinan Bapak Muhammad Firdaus Hijriah terciptalah strategi tempat penjualan dengan didirikannya tempat penjualan yang berlokasi di Majenang guna menarik konsumen dalam cakupan yang lebih luas. Strategi tersebut berperan besar dalam meningkatkan penjualan CV Sebutret Indonesia. Proses transaksi yang dilakukan CV Sebutret Indonesia hanya antara penjual dan pembeli, Jadi adanya banyak tangan di dalam proses

penjualan pada CV Sebutret Indonesia sangat kecil, karena langsung dari produsen ke konsumen.

Promosi yang di lakukan oleh CV Sebutret Indonesia melalui online dan offline. Dengan media sosial tentunya mempermudah sebuah perusahaan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Untuk CV Sebutret Indonesia saat dibawah kepemimpinan lama promosi produk yang dilakukan ialah pameran, pelatihan dan penyebaran brosur. Disamping berkembangnya teknologi, dibawah kepemimpinan baru (Bapak Muhammad Firdaus Hijriyah) mulai memaksimalkan sosial media untuk dijadikan tempat penjualan dan promosi produk. Media sosial yang digunakan diantaranya web (www.skarlux.com), youtube (Channel Akhmad Rizali), instagram (id: sebutret.indonesia), facebook (CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari), dan WA (08783999727) dengan maksimal dan tetap melakukan promosi produk sebutret melalui brosur, pameran, dan pelatihan. Dengan adanya strategi promosi secara online CV Sebutret Indonesia berhasil mendongkrak penjualan yang semakin tinggi, terdapat konsumen bermunculan karena mengetahui produk sebutret dari akun CV Sebutret Indonesia. Promosi produk sebutret terbagi dalam 2 metode *Above the line* dan *Below the line*. Promosi jangka (*above the line*) panjang yang dilakukan CV Sebutret Indonesia ialah dengan adanya diskon bagi konsumen yang melakukan *repeat order*. *Below the line* metode ini dilakukan secara langsung di tempat produksi maupun tempat penjualan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai saran sebagai berikut;

Untuk CV Sebutret Indonesia Sebaiknya untuk selalu mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan dengan melihat prospek kedepan akan munculnya para kompetitor tentunya kualitas produk perlu ditingkatkan dan dikembangkan lagi agar menjadi lebih baik. Sedangkan dalam penggunaan aspek promosi perlu lebih untuk di aktifkan dan ditingkatkan lagi supaya banyak masyarakat yang mengenal sebutret serta mampu memenuhi

kebutuhan masyarakat. Dengan memperlebar sayap perusahaan di era digital dengan mengiklankan produk di media sosial dengan menjual produk di *market place* seperti shopee, tokopedia dan sejenisnya, perbanyak iklan di media sosial, peka terhadap sesuatu yang sedang tren bisa dengan membuat vidio yang menarik tentang sebutret di akun tiktok atau menyewa *influencer* yang memiliki power yang tinggi dalam menarik followersnya untuk tertarik terhadap apa yang di promosikannya untuk mengenalkan serta menunjang eksistensi produk sebutret yang tidak hanya terpaku pada pameran dan pelatihan.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Atsari, Abu Ihsan. (2009). *Shahih Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*. Bogor: Pustaka Ibnu Katsir
- Al-bani, M. N. (2007). *Shahih Sunan Ibnu Majah* . Jakarta: Pustaka Azzam.
- Alvonco, Johnson. (2014). *Practical Communication Skill Sistem Komunikasi model Umum dan HORENSO Untuk Sukses dalam Bisnis, Organisasi dan Kehidupan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Anggia, Tulandi R & Kereh, L. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga dan kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post . *EMBA*, 1042-1043.
- Anggito, Albi & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak.
- Anggusti, Martono dkk. (2021). *Mengenal Lebih Dekat Sistem Manajemen dan Tata kelola Perusahaan yang Baik*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Aulia, Giska Rizki. “Analisis Niali Tambah Dan Strategi Pemasaran Usaha Industri tahu Di Kota Medan” Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.2012
- Brata, Sumadi S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fariied, Annisa Ilmi dkk. (2019). *Inovasi Trend Kekinian Industri Halal Fashion Semakin Menjamur di Indonesia*. Surabaya: Qiara Media.
- Fauzia, Ika Yunia. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Firmansyah, M Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media .
- Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Harahap, Sofyan S. (2011). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.

- Hutabarat, Esterlina. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi* , 112.
- Ichwanda, Fitriyah Inayah. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor (Studi pada PT Petrokimia Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.
- Junardi, S. Y. (2017). Strategi Pengembangan Agroindustri Serat Sabut Kelapa Berkaret (SEBUTRET) Studi kasus di Kabupaten Sambas. *Social Economic of Agriculture*, 63-64.
- Karim, Adiwarman. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Jakarta.
- Karim, Djamaluddin dkk. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal EMBA*, 421.
- Karneli, Okta & Abdun, Marlia. (2018). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Mata Pekanbaru Eye Center). *JOM FISIP*, 4.
- Kartajaya, Hermawan & Sula, M Syakir. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kereh, Feibe dkk. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasirat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal Emba*, 968.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Arief Rahman. (2018). *Dasar Dasar Marketing Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Yogyakarta: Quadrant.
- Lestari, Warni dkk. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.1 No. 1 Tahun 2019*, 74- 79.
- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah cano Ekonomos*, 41.
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mujahidin, Akhmad. (2013). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajafindo Persada.

- Nasir, Hijrah. (2017). Empowering Sustainable Economic Development through SME and Cooperative of Rural Community (Case Study: Honey Bee Farmer in Ujung Kulon National Park). *Academia* , 3.
- Nurcholifah, Ita. (2014). STRATEGI MARKETING MIX. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 79-81.
- Nurdiyanto, Heri & Meilia, H. (2016, Februari 6-7). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Prioritas Pengembangan Industri kecil dan Menengah di Lampung Tengah Menggunakan Analitical Hierarchy Process (AHP). *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, p. 38.
- Poluan, Firna M dkk. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *EMBA*, 2969.
- Priatna, Husaeri & Trisnawan, M. R. (2016). Pengaruh Persediaan Bahan Baku dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3-4.
- Qomariah, Nurul. (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*. Jember: Pustaka Abadi.
- Rachmasari, Mety dkk. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT Perkebunan Nusantara IX Semarang. *Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 87.
- Rachmawati, Rina. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 147.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rinata, Asfira & Babang, Ririn. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Sentra Tenun Prailiu dalam Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Sumba Timur . *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 84.
- Riva'i, Veithzal. (2012). *Islamic Marketing (Membangun Dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah)*. Jakarta: PT Gramedia Persada Utama.
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasi pada Aktivitas Ekonomi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

- Selang, Christian A. D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 71.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, Sri & Nurika, I. (2018). *Teknologi Pengolahan Limbah Agroindustri*. Malang: UB Press.
- Suharyadi dkk. (2007). *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suherman, Eman. (2010). *Business Entrepreneur*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, B. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suwendra, I Wayan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif dalam ilmu sosial, pendidikan, kebudayaan dan Keagamaan*. Badung: Nilacakra.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy & Anatasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wawancara dengan Karyawan CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari dengan Pak Rohaedin pada tanggal 08 Mei 2021
- Wawancara dengan Konsumen CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari dengan Bu Ratih, Pak dasno, Pak Wawan, Bu Upik dan Bu Rinem pada tanggal 29 Maret 2021
- Wawancara dengan Pemilik CV Sebutret Indonesia Desa Tambaksari Muhammad Firdaus Hijriyah pada tanggal 09 Maret 2021
- Wibowo, Dimas dkk. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Administrasi Bisnis*, 61-62.

Wijayanti, Titik. (2017). *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Winardi. (1989). *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.

Yusuf, A Muri. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Gambar Produk CV Sebutret Indonesia



1. Cocosheet



2. Rol Jaring



3. Tempat Tisu



4. Kasur Lipat



1. Tali



6. Kasur Sebutret



7. Rol Sebutret



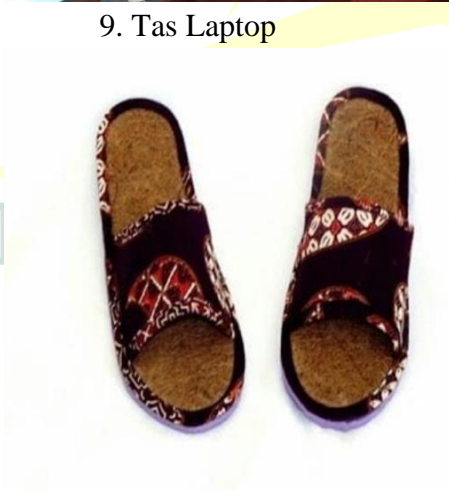
8. Tempat Telur



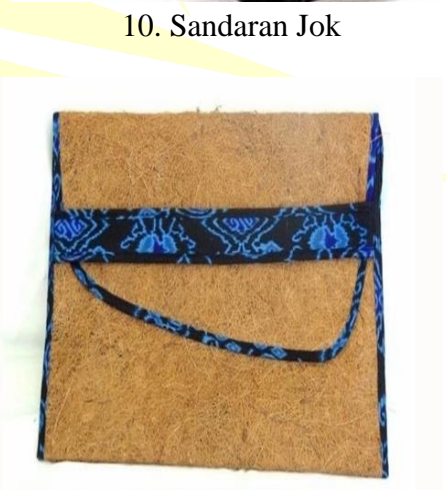
9. Tas Laptop



10. Sandaran Jok



11. Sandal



12. Map



14. Pot Sebutret



14. Matras Sebutret



Lampiran 2 : Quisioner Wawancara

1. Kapan CV Sebutret Indonesia di dirikan ?

Jawab : 25 Mei 2009, perubahan menjadi CV tanggal 22 januari 2014

2. Bagaimana sejarah berdirinya CV Sebutret Indonesia?

Jawab : awal mulanya berasal dari penemuan adanya serat sabut kelapa di jok mobil mercedes, kemudian terfikir akan daerahnya yang kaya akan karet sehingga ingin menciptakan produk yang bahan bakunya berasal dari bahan alam sehingga terciptalah produk sebutret. Dimunculkannya cv sebutret sendiri untuk melibatkan beberapa pihak. Pihak yang mendanai yaitu Yayasan dan yang menyelenggarakan owner cv sebutret indonesia

3. Mengapa anda memilih tipe usaha tersebut?

Jawab : karena potensinya, bahan baku banyak, mudah dan murah

4. Faktor apa saja yang mempengaruhi anda dalam menentukan konsumen ?

Jawab : tidak ada spesifikasi dan tidak memilih milah konsumen

5. Pasar mana yang menjadi target usaha anda ?

Jawab : warga lokal (masyarakat Indonesia) juga dijadikan target, ekspor sedang di usahakan

6. Apa alasan anda memilih pasar tersebut sebagai target?

Jawab : keuntungannya lumayan, untuk mengembangkan serta memajukan usaha

7. Bagaimana citra usaha anda dimata konsumen ?

Jawab : baik, dikenal dengan pengadaan produk yang memiliki banyak manfaat

8. Strategi apa yang anda terapkan oleh CV Sebutret Indonesia agar unggul dari para pesaing dan menjadi pilihan pelanggan?

Jawab : membuat produk dengan kualitas yang lebih baik lagi kedepannya, mengadakan pelatihan, pameran karena dari situ akan munculnya repeat order

9. Menurut anda apakah strategi pemasaran yang digunakan sudah tepat apa belum?

Jawab : sudah

10. Apa saja produk yang anda jual?

Jawab : Kasur, matras, pot, tali, lembaran, tas, sandal, rol sebutret.

11. Apakah produk yang anda jual sudah bervariasi ?

Jawab : sudah

12. Bagaimana kualitas produk yang anda jual?

Jawab : baik

13. Bagaimana tingkat *durability* (daya tahan) produk yang anda jual ?

Jawab : tahan lama (10thn lebih)

14. Bagaimana cara menentukan persediaan produk?

Jawab : ada orderan disediakan dan tidak ada orderan tetap menyiapkan untuk stok

15. Bagaimana cara anda menentukan harga produk yang anda jual ?

Jawab : disesuaikan dengan harga bahan baku

16. Berapa harga dari masing masing produk sebutret?

Jawab :

Coco Sheet	Rp. 40.000/m ²
Rol Sebutret	Rp. 1.600.000/rol
Rol Jaring	Rp. 1.750.000/rol
Pot	Rp. 2.000 - 40.000
Tali	Rp. 2.500/m
Tas	Rp. 40.000
Sandal	Rp. 25.000
Tempat Telur	Rp. 20.000
Matras Sebutret (200x100x10cm)	Rp. 1.150.000
Sandaran Kursi Mobil (80x50x3cm)	Rp. 175.000
Bantal & Guling	Rp.150.000/pcs
Kasur Lipat (180x75x5cm)	Rp. 700.000
Tempat Tisu (25x12x9cm)	Rp. 90.000
Kasur	Rp. 2.000.000-4.000.000

17. Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen ke perusahaan anda ?

Jawab : bisa cash dan transfer

18. Bagaimana cara menentukan diskon?

Jawab : repeat order

19. Apakah harga yang diterapkan dapat berubah-ubah ?

Jawab : dapat, mengikuti harga bahan baku

20. Menurut usaha anda sendiri apakah harga yang diberikan sudah mengikuti pasar ?

Jawab : sudah

21. Bagaimana cara anda menentukan lokasi usaha?

Jawab : ada lokasi yang dekat dengan bahan baku (Tambaksari, dan lokasi yang dekat dengan konsumen (kota) (majenang)

22. Apakah CV Sebutret Indonesia melakukan promosi? Promosi apakah yang dilakukan?

Jawab : di media social, brosur, pameran, pelatihan

23. Apakah anda pernah mengalami kerugian?

Jawab : pernah

24. Berapa penjualan selama sebulan dan tingkatan penjualan selama 1 tahun ?

Jawab : 300-800 jt / thn

25. Teknis Penjualan yang dilakukan?

Jawab : di website www.skarlux.com , di tempat secara langsung baik cash maupun transfer

26. Pembeli produk sebutret itu siapa saja?

Jawab : masyarakat

27. Proses pemasaran sebutret?

Jawab : lewat social media, web, secara langsung dengan pameran, pelatihan

28. Seiring berjalannya waktu, masalah yang terjadi di cv sebutret indonesia itu apa?

Jawab : kadang terjadi langka bahan baku karena cuaca

29. Kondisi usaha sekarang?

Jawab : masih bagus, berjalan dengan baik, berkembang aktif dan masih memberdayakan masyarakat

30. Bagaimana cara industri sebutret dalam mengoptimalkan agar masyarakat tahu tentang CV Sebutret Indonesia sebutret?

Jawab : promosi melalui sosmed, pelatihan dan pameran

Wawancara dengan Manager Produksi/ Karyawan

1. Dengan bapak siapa?

Jawab : Pak Rohaidin

2. Berapa lama bekerja

Jawab : 10 tahun

3. Tempat tinggal?

Jawab : warga sekitar

4. Upah perbulan

Jawab : 2.400.000

5. Mulai bekerja dari jam?

Jawab : jam 8 – jam 4 sore

6. Kenapa tertarik menjadi pekerja CV sebutret Indonesia

Jawab : masih satu lingkungan (kampung) dekat dengan rumah dan gajinya banyak.

Wawancara dengan Konsumen 1

1. Dengan ibu siapa?

Jawab : bu ratih

2. Produk apa yang dibeli?

Jawab : Kasur dan Kasur Lipat

3. Alasan membeli produk?

Jawab : karena nyaman, banyak manfaat, bisa untuk refleksi jg mba

4. Kenapa tertarik membeli produk sebutret?

Jawab : produknya ramah lingkungan.

Wawancara dengan Konsumen 2

1. Dengan bapak siapa?

Jawab : Pak Dasno

2. Produk apa yang dibeli?

Jawab : Sandaran Jok

3. Alasan membeli produk?

Jawab : saya orangnya pendek, jadi untuk melihat jalan terbatas, makadari itu membeli sandaran jok mobil supaya lebih tinggi dan pandangan ke arah depan saat mengemudi lebih luas.

4. Kenapa tertarik membeli produk sebutret?

Jawab : saya googling untuk mencari sandaran jok karena saya butuh untuk menyetir mobil

Wawancara dengan Konsumen 3

1. Dengan bapak siapa?

Jawab : Pak Wawan

2. Produk apa yang dibeli?

Jawab : Coco Sheet

3. Alasan membeli produk?

Jawab : untuk usaha saya yaitu microgreens

4. Kenapa tertarik membeli produk sebutret?

Jawab : masih sedikit kompetitor yang berjualan microgreens

Wawancara dengan Konsumen 4

1. Dengan ibu siapa?

Jawab : Bu Upik

2. Produk apa yang dibeli?

Jawab : Bantal dan Guling

3. Alasan membeli produk?

Jawab : karena saya butuh bantal yang tidak tersa pegal jika digunakan dan sebutret tidak terasa pegal sehingga cocok

4. Kenapa tertarik membeli produk sebutret?

Jawab : mengikuti arahan teman katanya produk sebutret ini nyaman dapat merefleksikan tubuh

Wawancara dengan Konsumen 5

1. Dengan ibu siapa?

Jawab : Bu Rinem

2. Produk apa yang dibeli?

Jawab : Pot dan *Highrack Cocopot*

3. Alasan membeli produk?

Jawab : saya suka cocok tanam, jadi saya suka mengoleksi berbagai jenis pot mulai dari pot plastik sampai pot sebutret ini, dan yang saya sukai dari pot sebutret ini lebih natural dan sangat menyatu dengan tanaman

4. Kenapa tertarik membeli produk sebutret?

Jawab : suka saja koleksi yang berkaitan dengan tanam menanam.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Luthfi Herlinawati
2. Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 11 Juli 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Sudimara RT 01 RW 07, Desa Bantarmangu, Kec. Cimanggu, Kab. Cilacap
5. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Eko Sartono, S.Ag., MM
 - b. Ibu : Tati Herlina
6. Pekerjaan Orang Tua
 - a. Ayah : PNS
 - b. Ibu : Ibu Rumah Tangga
7. Pendidikan Formal
 - a. TK ABA Sudimara tahun 2004-2005
 - b. SD N Bantarmangu 04 tahun 2005-2011
 - c. SMP Muhammadiyah Cimanggu tahun 2011-2014
 - d. SMA N 1 Majenang tahun 2014-2017
 - e. IAIN Purwokerto tahun 2017-2021
8. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Elfira tahun 2017-2019
9. Pengalaman Organisasi
 - a. IMM Yunus Anis 2018-2021
 - b. Febi English Club (FEC) 2019-2020

Purwokerto, 21 September 2021



Luthfi Herlinawati
NIM. 1717201158