

SKRIPSI

PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh:

**ARI BUDIMAN SANJAYA
NPM. 1502040126**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M**

**PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN
KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA
KEDATON SATU KECAMATAN BATANGHARI NUBAN
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ARI BUDIMAN SANJAYA
NPM. 1502040126

Pembimbing I : Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
Pembimbing II : Esty Apridasari, M.Si

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M



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

Jalan H. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47206; Website: www.syariah.metroainv.ac.id; e-mail: syariah.ain@metroainv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Ari Budiman Sanjaya

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Ari Budiman Sanjaya
NPM : 1502040126
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN
KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA
KEDATON SATU KECAMATAN BATANG HARI NUBAN
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Dr. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Metro, 25 Mei 2021

Pembimbing II

Esty Apridasari, M.Si
NIP. 19880427 201503 2 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANG HARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Nama : Ari Budiman Sanjaya

NPM : 1502040126

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

Telah kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Dr. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Metro, 25 Mei 2021
Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si
NIP. 19880427 201503 2 005



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Aringmulyo Kota Metro Lampung 34111

M E T R O Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47200 Website www.metrouniv.ac.id E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2252/In.28.3/D/PP.009/09/2021

Skripsi dengan Judul: Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batang Hari Nuban Lampung Timur, disusun oleh: ARI BUDIMAN SANJAYA, NPM: 1502040126, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Jumat/16 Juli 2021

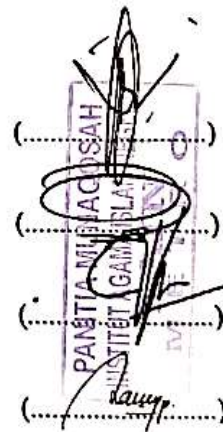
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Esty Apridasari, M.Si

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh:

ARI BUDIMAN SANJAYA

Budaya lokal (juga sering disebut budaya daerah) merupakan istilah yang biasanya digunakan untuk membedakan suatu budaya dari budaya nasional (Indonesia) dan budaya global. Budaya lokal adalah budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menempati lokalitas atau daerah tertentu yang berbeda dari budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang berada di tempat yang lain. Salah satu kebudayaan yang patut dilestarikan oleh masyarakat Lampung yaitu mengenai Kain Tirai Nurun. Kain Tirai Nurun adalah kain khas Lampung yang digunakan ketika acara pernikahan atau pengambilan gadis Lampung yang kainnya dihias di dinding rumah.

Desa kedaton satu adalah salah satu desa yang memiliki pengrajin tirai nurun. Perkembangan zaman yang ditandai dengan masuknya kebudayaan asing membuat kebudayaan daerah semakin tersisihkan. Masuknya kebudayaan asing akan menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat yang lebih modern dan akan mengakibatkan erosi nilai-nilai budaya. Untuk mengatasi hal tersebut dan untuk mengenalkan kebudayaan Kain Tirai Nurun khas Lampung tentu diperlukan suatu pemasaran. Strategi pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif. Yaitu pengambilan kesimpulan dimulai dari pertanyaan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum. Data dan fakta hasil pengamatan lapangan disusun, diolah, dikaji kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan budaya lokal di desa kedaton satu melalui pemasaran kain tirai nurun guna mempertahankan salah satu budaya khas lampung agar tetap terjaga kearifan lokalnya sudah cukup baik. Pengrajin kain tirai nurun memasarkan kain khas lampung (tirai nurun) dengan berbagai strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan memilih mangsa pasar yang tepat, kualitas produk, distribusi dan promosi.

Kata Kunci : Penguatan budaya lokal, pemasaran

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ari Budiman Sanjaya

NPM : 1502040126

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Mei 2021

Yang Menyatakan



ARI BUDIMAN SANJAYA
NPM. 1502040126

MOTTO

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي
الْأَسْوَاقِ ۗ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

Artinya: “Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha melihat.”(QS. Al-Furqan: 20)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya kepada peneliti. Saya persembahkan hasil studi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan ungkapan rasa kasih sayang yang tulus kepada:

1. Kedua orangtua saya tercinta Bapak Suhaimi dan Ibu Rohaya yang telah senantiasa dengan tulus ikhlas memberi do'a yang terbaik dan selalu memberikan kasih sayang serta motivasi dalam meraih keberhasilan saya dan juga pengorbanan yang tiada ternilai demi menempuh pendidikan saya.
2. Adikku tersayang Sanusi usman, Imelda tri salsabila yang tercinta.
3. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag dan Ibu Esty Apridasari, M.Si , selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag.PIA, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, sebagai ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, sebagai Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Esty Apridasari, M.Si, sebagai Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juli 2021
Peneliti,



Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126

DAFTAR ISI

| | Hal. |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| NOTA DINAS | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Pertanyaan Penelitian | 7 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 7 |
| D. Penelitian Relevan | 8 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| A. Penguatan Budaya Lokal | 11 |
| 1. Pengertian Budaya lokal | 11 |
| 2. Macam-Macam Budaya Lokal di Lampung | 12 |
| 3. Usaha Penguatan Budaya Lokal..... | 16 |
| B. Pemasaran..... | 17 |
| 1. Definisi Pemasaran | 17 |
| 2. Fungsi Pemasaran | 18 |
| 3. Tujuan Pemasaran | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 4. Bauran Pemasaran | 20 |
| C. Analisis SWOT..... | 22 |
| 1. Kekuatan (<i>Strength</i>)..... | 23 |
| 2. Kelemahan (<i>Weakness</i>) | 23 |
| 3. Peluang (<i>Opportunity</i>)..... | 23 |
| 4. Ancaman (<i>Threath</i>) | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| A. Jenis dan Sifat Penelitian..... | 25 |
| B. Sumber Data | 26 |
| C. Teknik Pengumpulan Data | 27 |
| D. Teknik Analisa Data | 28 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 31 |
| A. Gambaran Umum Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur..... | 31 |
| B. Pembahasan Analisis Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur | 34 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 41 |
| A. Kesimpulan..... | 41 |
| B. Saran | 41 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur 3
2. Struktur Organisasi Kelurahan Kedaton Satu Kec. Batanghari Nuban.....

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
2. Surat Izin Research
3. Surat Tugas
4. APD
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Surat Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara multikultural terbesar di dunia. Hal ini dapat dilihat dari kondisi geografis maupun masyarakat Indonesia yang begitu kompleks, beragam dan luas. Bangsa Indonesia yang memiliki aneka ragam corak, bentuk, dan sifat kebudayaan daerah yang memiliki berbagai potensi bagi pengembangan nilai-nilai budaya beraneka ragam. Keragaman tersebut dapat dilihat dari bahasa, kesenian, pakaian adat, rumah adat dan kerajinan daerah.

Masyarakat adat Lampung merupakan salah satu dari begitu banyaknya kekayaan suku dan budaya di Indonesia. Salah satu kebudayaan yang patut dilestarikan oleh masyarakat Lampung yaitu mengenai Kain Tirai Nurun. Kain Tirai Nurun adalah kain khas Lampung yang digunakan ketika acara pernikahan atau pengambilan gadis Lampung yang kainnya dihias di dinding rumah. Kain Tirai Nurun jarang diketahui oleh masyarakat selain masyarakat adat Lampung. Untuk itu, harus dilakukan usaha-usaha yang berguna untuk mengenalkan dan harus ada upaya mengembangkan usaha sehingga Kain Tirai Nurun tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dikarenakan apabila kebudayaan dihentikan dalam upaya pengembangan dan pengenalan terhadap generasi penerus bangsa, maka peninggalan budaya

tersebut akan semakin langka, berkurang, bahkan akan menghilang di masyarakat karena dipengaruhi oleh era globalisasi.¹

Perkembangan zaman yang ditandai dengan masuknya kebudayaan asing membuat kebudayaan daerah semakin tersisihkan. Masuknya kebudayaan asing akan menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat yang lebih modern dan akan mengakibatkan erosi nilai-nilai budaya.² Untuk mengatasi hal tersebut dan untuk mengenalkan kebudayaan Kain Tirai Nurun khas Lampung tentu diperlukan suatu pemasaran. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.³ Terdapat beberapa strategi pemasaran salah satunya yaitu strategi 4 P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

1. *Product* (Produk), mencakup kombinasi antara barang dan jasa / layanan yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
2. *Price* (Harga), yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk.
3. *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi), meliputi logistik perusahaan dan aktivitas pemasaran berkenaan dengan penyediaan dan pendistribusian produk akhir kepada konsumen akhir.
4. *Promotion* (Promosi), berupa aktivitas komunikasi dengan pelanggan sasaran dalam rangka menginformasikan, mengingatkan kembali, dan/atau membujuk mereka untuk membeli produk.⁴

¹ Simona Bustani, "Perlindungan Hak Komunal Masyarakat Adat dalam Perspektif Kekayaan Intelektual Tradisional Era Globalisasi: Kenyataan dan Harapan", dalam Jurnal Hukum Prioris, (Jakarta: Fakultas Hukum Usakti), Vol.6 No.3/Februari 2018, 305.

² Sri Suneki, "Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah", dalam Jurnal Ilmiah Civis, Vol.2 No.1/Januari 2012, 307

³ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), Cet ke-2, 215

⁴ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 20

Salah satu bisnis yang dapat dilakukan untuk memasarkan kebudayaan adalah dengan mendirikan usaha kecil. Usaha kecil merupakan kelompok usaha yang perannya cukup signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha kecil yang diperkirakan sebagian besar bergerak di sektor informal.⁵

Usaha kecil menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang no 20 Tahun 2008. Kriteria tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).⁶

Pada prosesnya, ada beberapa usaha kecil yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi. Hal tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor tersebut antara lain yaitu sumber daya manusia,

⁵ Hartono dan Deny Dwi Hartomo, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta*”, dalam *Jurnal Bisnis & Manajemen*, (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret), Vol. 14, No. 1, 2014, 16

⁶ Eny Sulistyowati dan Nining Sofiati Lestari, “*Faktor - Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Yogyakarta*”, dalam *Jurnal Maksipreneur*, Vol. VI, No. 1, Desember 2016, 26

produksi/operasional, finansial, pemasaran, kemitraan, infrastruktur dan regulasi.⁷

Berdasarkan prasurvey yang dilakukan oleh peneliti di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur didapatkan informasi dari salah satu pengrajin Kain Tirai Nurun bahwa Kain Tirai Nurun merupakan salah satu produk yang murni kepemilikan dari suku Lampung dan sangat pantas untuk dilestarikan. Kain Tirai Nurun adalah kain yang digunakan ketika acara pernikahan atau pengambilan gadis Lampung yang kainnya dihias di dinding rumah. Namun, gaya hidup masyarakat sekarang ini cenderung berubah mengikuti perkembangan zaman, sehingga kebutuhannya juga berubah. Masyarakat pada saat ini lebih tertarik dengan produk-produk yang bisa menunjang gaya hidup mereka.⁸

Menurut pengrajin lain, yaitu Bapak Herman, beliau mengatakan bahwa telah menekuni kerajinan Kain Tirai Nurun sejak tahun 2015. Beliau mengaku melalui kerajinan kain tirai nurun ini dapat menguatkan budaya lokal karena dilakukan dengan partisipasi masyarakat. Maksudnya, dalam hal pembuatan kerajinan Kain Tirai Nurun ini Bapak Herman memberdayakan masyarakat sekitar tempat tinggalnya untuk membuat kerajinan Kain Tirai Nurun tersebut. Artinya Kain Tirai Nurun tersebut dapat dilestarikan sekaligus dapat menghasilkan nilai ekonomi bagi masyarakat sekitar tempat tinggalnya.⁹

⁷ Mega Mirasaputri, dkk, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan di Kota Malang*”, dalam Jurnal Jibeka, (Malang: STIE Asia), Volume 11 Nomor 2 Februari 2017, 74

⁸ Ari, pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu, wawancara 1 Agustus 2020

⁹ Herman, pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu, wawancara 1 Agustus 2020

Menurut Bapak Muhammad, selaku pengrajin Kain Tirai Nurun dalam hal penguatan budaya lokal, Kain Tirai Nurun sebagai kerajinan dimodifikasi melalui kreasi para pengrajin sendiri-sendiri agar produk Kain Tirai Nurun dapat menjadi lebih menarik baik dari segi bentuknya maupun kualitas produknya.¹⁰

Menurut Bapak Herman, pemasaran Kain Tirai Nurun dilakukan secara online melalui media sosial seperti instagram, WhastApp, dan facebook. Bapak Herman memulai usahanya dengan modal awal Rp. 10 juta untuk membeli alat-alat menjahit dan bahan-bahan lainnya. Omzet terbesar yang beliau pernah dapatkan dalam 1 bulan yaitu sebesar Rp.15 juta dan omzet terkecil yang beliau peroleh yaitu Rp. 2 juta dengan keuntungan Rp. 500.000. sampai dengan Rp.7.000.000.¹¹

Berdasarkan keterangan Bapak Muhammad, keunggulan produk (*product*) terletak pada kekhasan Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu yang berbeda dengan kain jenis lainnya. Kain Tirai Nurun merupakan satu identitas masyarakat Lampung yang diwariskan secara turun-menurun ditempuh melalui tahapan waktu yang mengarah pada kesempurnaan teknik tenunnya maupun cara-cara memberikan ragam hias yang sesuai dengan perkembangan masyarakat. Dari segi harga (*price*), Kain Tirai Nurun dijual dengan harga yang bersaing dengan kain lainnya. Apalagi kain Tirai Nurun ini digunakan

¹⁰ Muhammad, pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu, wawancara 1 Agustus 2020

¹¹ Herman, pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu, wawancara 1 Agustus 2020

untuk acara sakral keadatan yaitu untuk mengambil gadis dan pernikahan. Kain Tirai Nurun dijual dengan harga Rp. 1 juta s/d Rp. 1,5 juta.¹²

Pada strategi tempat (*place*), dalam hal ini Bapak Muhammad selaku pengrajin memakai teknik penjualan langsung (*direct sales*) yang mana Bapak Muhammad bertemu langsung dengan pelanggan. Cara ini dianggap efektif karena dengan begitu akan terbangun hubungan relasi yang baik antara pengrajin dengan konsumen. Pada strategi *promotion*, inilah strategi yang paling sering dilakukan, yaitu *promotion* melalui media sosial maupun secara langsung agar target pemasaran tercapai. Paling sering digunakan yaitu media sosial dengan memanfaatkan facebook, WhatsApp, dan Instagram.¹³

Kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak dari sebuah bisnis ataupun usaha. Namun pemasaran bagi UKM memiliki problem utama di tengah perkembangan zaman atau globalisasi yaitu banyak masyarakat yang telah tergerus nilai-nilai budayanya. Perkembangan zaman yang ditandai dengan masuknya kebudayaan asing membuat kebudayaan daerah semakin tersisihkan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkatnya dalam suatu penelitian dengan judul: “Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur”.

¹² Muhammad, pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu, wawancara 1 Agustus 2020

¹³ Muhammad, pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu, wawancara 1 Agustus 2020

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu: “Bagaimana Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penguatan budaya lokal melalui pemasaran kain tirai nurun khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

- 1) Menambah khazanah keilmuan tentang pemasaran yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah.
- 2) Sebagai acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Secara Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan wawasan pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas mengenai kegiatan pemasaran produk kebudayaan.

- 2) Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi peneliti khususnya dan pengrajin pada umumnya agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang baik dalam mengenalkan hasil kebudayaan, khususnya Kain Tirai Nurun khas Lampung.

D. Penelitian Relevan

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian karya Andi Anugerah, dengan judul: “Potensi Industri Kreatif Tekstil Berbasis Budaya Lokal Sebagai Konfigurasi Revolusi Mental dan Fortifikasi Branding Untuk Destinasi Pasar Internasional.” Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Industri kreatif dan budaya lokal dapat bersinergi untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar internasional. Kendala yang dihadapi oleh para pelaku industri kreatif di Indonesia adalah adanya persepsi di masyarakat Indonesia, bahwa produk asing memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan produk lokal. Brand *P-fuze* menjadi salah satu bukti, bahwa produk lokal dengan membawa unsur budaya lokal atau tradisional Indonesia, mampu menarik minat konsumen internasional. *P-fuze* yang diinisiasi oleh sekelompok pemuda Bandung telah berhasil menggandeng masyarakat sekitar Sekre Angkih untuk melakukan aktivitas yang lebih produktif dan memiliki nilai ekonomis lebih tinggi, serta mampu mengolah dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan.¹⁴

¹⁴ Andi Anugerah, “Potensi Industri Kreatif Tekstil Berbasis Budaya Lokal Sebagai Konfigurasi Revolusi Mental dan Fortifikasi Branding Untuk Destinasi Pasar Internasional”, Skripsi, (Bandung: Universitas Widyatama, 2015)

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas budaya lokal. Namun, fokus penelitian yang dikaji berbeda. Penelitian relevan di atas terfokus pada potensi budaya lokal pada pasar internasional. Sedangkan fokus pada penelitian ini adalah penguatan budaya lokal melalui pemasaran dalam lingkup pasar lokal dan nasional.

2. Penelitian karya Ashar Pratama, dengan judul: “Upaya Pelestarian Budaya Lokal Oleh Pusat Kegiatan Belajar Mengajar (PKBM) Dewi Fortuna Melalui Pelatihan Pengkaderan Berbasis Budaya”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa: Sikap generasi muda di Desa Danguran meliputi respon positif dan negatif. Respon positif ditunjukkan dengan adanya sikap generasi muda yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan pengkaderan, sedangkan respon negatif ditunjukkan dengan sikap generasi muda yang menolak adanya pelatihan pengkaderan. Upaya PKBM melibatkan generasi muda dalam melestarikan budaya lokal melalui kegiatan publikasi dan menjalin kemitraan. Implementasi Pelatihan Pengkaderan Berbasis Budaya yang diselenggarakan meliputi kegiatan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Persiapan kegiatan dilakukan dengan pendaftaran calon warga belajarmeliputi kegiatan pengisian formulir dan pembayaran administrasi. Pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan pedalangan, tari, sindhen, karawitan dan tatah sungging dengan menggunakan metode ceramah dan praktek. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan praktek melalui pentas seni budaya.¹⁵

¹⁵ Ashar Pratama, “Upaya Pelestarian Budaya Lokal Oleh Pusat Kegiatan Belajar Mengajar (PKBM) Dewi Fortuna Melalui Pelatihan Pengkaderan Berbasis Budaya”, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas budaya lokal. Namun, fokus penelitian yang dikaji berbeda. Penelitian relevan di atas terfokus pada pelestarian budaya lokal yang terdiri dari berbagai jenis kegiatan tradisional. Sedangkan fokus pada penelitian ini adalah penguatan budaya lokal melalui pemasaran khusus pada produk budaya lokal Kain Tirai Nurun.

3. Penelitian karya Christina Rochayanti, dengan judul: “Penguatan Nilai Ekonomi Budaya Lokal Dalam Tata Kelola Desa Budaya Melalui Pemanfaatan Teknologi Komunikasi”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa model tata kelola desa budaya yang berbasis partisipasi masyarakat setempat masih memiliki peluang untuk dilakukan penguatan nilai-nilai ekonomi budaya lokal dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan promosi aktivitas budaya yang ada di Desa Budaya. Teknologi komunikasi mampu meluaskan jangkauan pemasaran sosial dari aktivitas seni budaya yang ada di Desa Budaya seperti seni pertunjukan tarian rakyat, kuliner sebagai makanan khas dan tradisi adat sebagai bentuk rasa syukur dan permohonan keselamatan.¹⁶

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas penguatan budaya lokal. Namun, fokus penelitian yang dikaji berbeda. Penelitian relevan di atas terfokus pada penguatan budaya lokal melalui pemanfaatan teknologi komunikasi. Sedangkan fokus pada penelitian ini adalah penguatan budaya lokal melalui pemasaran.

¹⁶ Christina Rochayanti, “Penguatan Nilai Ekonomi Budaya Lokal Dalam Tata Kelola Desa Budaya Melalui Pemanfaatan Teknologi Komunikasi”, Skripsi, (Kudus: Universitas Muria Kudus, 2015)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penguatan Budaya Lokal

1. Pengertian Budaya Lokal

Budaya lokal (juga sering disebut budaya daerah) merupakan istilah yang biasanya digunakan untuk membedakan suatu budaya dari budaya nasional (Indonesia) dan budaya global. Budaya lokal adalah budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menempati lokalitas atau daerah tertentu yang berbeda dari budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang berada di tempat yang lain.¹

Permendagri Nomor 39 Tahun 2007 pasal 1 mendefinisikan budaya lokal atau daerah sebagai “suatu sistem nilai yang dianut oleh komunitas/kelompok masyarakat tertentu di daerah, yang diyakini akan dapat memenuhi harapan-harapan warga masyarakatnya dan di dalamnya terdapat nilai-nilai, sikap tata cara masyarakat yang diyakini dapat memenuhi kehidupan warga masyarakatnya”.²

Istilah budaya lokal di Indonesia juga sering disepadankan dengan budaya etnik/ subetnik. Setiap bangsa, etnik, dan sub etnik memiliki kebudayaan yang mencakup tujuh unsur, yaitu: bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi,

¹ Agung Setiyawan, “Budaya Lokal Dalam Perspektif Agama: Legitimasi Hukum Adat (‘Urf) Dalam Islam”, dalam Jurnal Esensia, Vol. XIII No. 2 Juli 2012, 208

² Permendagri Nomor 39 Tahun 2007 Tentang Pedoman Fasilitasi Organisasi Kemasyarakatan Bidang Kebudayaan, Keraton, dan Lembaga Adat dalam Pelestarian dan Pengembangan Budaya Daerah

sistem mata pencaharian, sistem religi, dan kesenian. Namun demikian, sifat-sifat khas kebudayaan hanya dapat dimanifestasikan dalam unsur-unsur terbatas, terutama melalui bahasa, kesenian, dan upacara. Unsur-unsur yang lain sulit untuk menonjolkan sifat-sifat khas kebudayaan suatu bangsa atau suku bangsa.³

2. Macam-Macam Budaya Lokal di Lampung

Lampung merupakan salah satu nama provinsi Indonesia yang terletak di pulau Sumatera. Letak provinsi Lampung berada di bagian paling selatan pulau Sumatera dengan ibukota Bandar Lampung. Lampung memiliki potensi alam yang sangat beragam. Selain sumber daya alam yang begitu melimpah, letaknya yang berbatasan langsung dengan lautan membuat Lampung memiliki potensi kekayaan laut yang sangat melimpah. Selain kekayaan alam yang melimpah, Lampung juga memiliki kekayaan budaya yang tidak kalah tersohor bila dibandingkan dengan provinsi-provinsi lain di pulau Sumatera. Kebudayaan Lampung meliputi rumah adat, berbagai tarian tradisional, pakaian adat, juga berbagai kuliner khas.

Kebudayaan di Lampung merupakan perpaduan kebudayaan Arab, Cina, dan India. Hal tersebut tidak terlepas dari sejarah yang menyebutkan Lampung sebagai jalur perdagangan dunia, sehingga banyak budaya dari luar Indonesia yang mempengaruhi kebudayaan Lampung.

³ Agung Setiyawan, "Budaya Lokal Dalam Perspektif Agama: Legitimasi Hukum Adat ('Urf) Dalam Islam", dalam Jurnal Esensia, Vol. XIII No. 2 Juli 2012, 208

a. Rumah Adat

Lampung memiliki rumah adat tradisioal Lampung yang disebut Nawo Sesat. Rumah adat Nawo Sesat memiliki bentuk arsitektur yang umum digunakan pada rumah-rumah di pulau Sumatera, yakni bentuk rumah panggung. Bentuk rumah panggung tersebut tidak lepas dari kegunaannya untuk mencegah jika sewaktu-waktu ada serangan hewan buas.

Rumah adat Nawo Sesat dibangun menggunakan kayu. Sedangkan bagian atap dibuat menggunakan daun ilalang. Penggunaan kayu sebagai bahan baku pembuatan rumah, tidak lepas dari warisan nenek moyag masyarakat Lampung. Sejarah telah mencatat bahwa Lampung telah mengenal bencana gempa bumi sejak dahulu. Pembuatan rumah panggung dengan bahan baku kayu akan mempertahankan posisi rumah dari bencana gempa bumi. Selain itu, pemanfaatan daun ilalang sebagai atap rumah juga menunjukkan bagaimana masyarakat Lampung menghargai hasil sumber daya alam yang ada.

b. Pakaian Adat

Provinsi Lampung memiliki kain yang sangat khas yakni kain tapis. Kain ini berkesan sangat mewah karena pembuatannya dipadupadankan dengan penggunaan benang emas sehingga menimbulkan warna berkilauan yang indah pada kain tapis. Kain tapis ini oleh masyarakat Lampung bias digunakan dalam upacara-upacara adat atau ketika menghadiri acara-acara formal. Dalam menghadiri

upacara-upacara adat atau acara yang sifatnya formal, masyarakat Lampung, terutama para wanita sangat menghargai keindahan berpakaian. Mereka sering menggunakan kain tapis yang berkilau karena dihiasi benang emas. Kemewahan kain tapis tersebut makin indah ketika para wanita menambahkan berbagai aksesoris untuk dipakai, seperti gelang dan kalung. gelang dan kalung tersebut terbuat dari emas, senada dengan warna kain yang mereka pakai.

Masyarakat lampung tidak hanya memperhatikan penampilan tetapi juga keindahan di dalam rumah biasanya ketika acara adat berlangsung masyarakat akan memasang kain berbagai motif dan berbagai warna di seluruh dinding-dinding rumah yang biasanya disebut dengan kain tirai nurun. Kain tirai nurun merupakan salah satu produk yang murni kepemilikannya dari suku lampung dan sangat indah untuk dilestarikan. Kain tirai nurun adalah kain yang digunakan ketika acara pernikahan atau acara adat dan pengambilan gadis lampung yang kainnya dihias didinding seluruh rumah dengan motif dan warna yang sangat indah.⁴

c. Tarian Adat

Lampung memiliki lebih dari satu tarian adat. Seperti halnya di daerah lain, tarian tradisional Lampung ini dilakukan saat acara-acara tertentu. Tarian-tarian tradisional Lampung tersebut meliputi:

⁴ Depdikbud, "Upacara tradisional Daerah Lampung, proyek inventarisasi dan dokumentasi daerah Lampung", (Bandar Lampung : Depdikbud Kanwil Lampung, 1981)

- 1) Tari Sembah atau Tari Sigeh Pengunten
- 2) Tari melinting

d. Makanan Khas

Kebudayaan di Lampung juga tidak terlepas dari makanan khasnya yang luar biasa enak. Beberapa jenis kuliner khas Lampung di antaranya adalah Seruit, Tempoyak, Sambal Lampung, dan Lapis Legit. Semua jenis kuliner tersebut hampir pernah didengar oleh masyarakat di berbagai daerah di Indonesia. Bahkan Lapis Legit, makanan asli Lampung ini sering dijadikan oleh-oleh meskipun tidak di wilayah Lampung itu sendiri. Seruit merupakan sajian kuliner berupa ikan yang digoreng kemudian disajikan bersama sambal terasi atau makanan-makanan lain seperti tempoyak atau sambal Lampung. Esensi dari Seruit bukan berada pada jenis masakan tetapi dari cara memakannya. Makan seruit biasanya dilakukan bersama-sama orang lain. Cara makan seperti itu menunjukkan rasa kebersamaan yang tinggi. Tempoyak adalah salah satu jenis bahan makanan yang berasal dari fermentasi durian. tempoyak sering dibuat menjadi sambal dan disajikan dengan berbagai jenis ikan. Makanan khas Lampung lainnya adalah sambal Lampung dan lapis legit. Kedua makanan ini hampir setiap orang mengetahui. Bahkan salah satu merek produk saus sambal kenamaan Indonesia menjadikan sambal Lampung sebagai salah satu rasa dalam saus sambalnya.⁵

⁵ Sandinia Aldesti, *“Peran Tari Sigeh Pegunten dalam Acara Pesawaran Fair di Kabupaten Pesawaran Lampung”*, Jurnal, (Yogyakarta, institut seni indonesia yogyakarta, 2018)

3. Usaha Penguatan Budaya Lokal

Saat ini manusia hidup pada era modernisasi dan globalisasi yang berasal dari Barat, dimana pengaruh dari hal tersebut terhadap perilaku budaya umat manusia sangatlah besar baik yang bersifat positif maupun negatif. Perubahan perilaku budaya umat manusia secara positif tentunya bukanlah suatu persoalan. Akan tetapi perubahan perilaku dan budaya secara negatif, maka diperlukan sebuah ketahanan budaya pada masyarakat seperti di Indonesia agar dapat menjadi media penguatan budaya lokal.⁶ Setidaknya terdapat empat usaha yang harus dimiliki oleh masyarakat dalam menguatkan budaya lokal dan membendung arus budaya asing yaitu:

1. Kemampuan memelihara sistem nilai budaya yang dianut, karena budaya adalah endapan dari perilaku manusia. Budaya masyarakat itu sendiri akan berubah karena terjadi transformasi nilai dari masyarakat terdahulu ke masyarakat kemudian, tetapi dengan tetap memelihara nilai-nilai yang dianggapnya luhur, karena tanpa hal itu akan terbentuk masyarakat baru yang lain.
2. Kemampuan masyarakat beradaptasi dengan dunia yang berubah dengan cepat. Masyarakat yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan serta memanfaatkan peluang yang timbul akan menjadi unggul.

⁶ Idrus Raslan, "Penguatan Ketahanan Budaya Dalam Menghadapi Derasnya Arus Budaya Asing", dalam Jurnal TAPIs Vol.11 No.1 Januari-Juni 2015, 17-18

3. Adanya fungsi integrasi dari unsur-unsur masyarakat yang beraneka ragam secara terus menerus sehingga terbentuk kekuatan sentripetal yang semakin menyatukan masyarakat tersebut.
4. Masyarakat perlu memiliki *goal attainment* atau tujuan bersama yang dari masa ke masa bertransformasi karena terus menerus diperbaiki oleh dinamika masyarakatnya dan oleh para pemimpinnya.⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa penguatan budaya lokal merupakan segala usaha yang dimiliki oleh masyarakat dalam menguatkan budaya lokal dan membendung arus budaya asing yang masuk, khususnya arus budaya yang memiliki unsur negatif.

B. Pemasaran

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran dalam Kamus Bahasa Indonesia berasal dari kata pasar yang berarti tempat orang berjual beli; tempat penjual dan pembeli yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang. Sedangkan pemasaran diartikan sebagai “proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan atau perihal menyebarluaskan ke tengah-tengah masyarakat.”⁸

Pengertian Pemasaran Menurut Kotler, sebagaimana dikutip oleh Anoraga, adalah “proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan

⁷ *Ibid.*, 18

⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1129-1130

inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.”⁹

Menurut Nur Rianto Al Arif, pemasaran dapat diartikan sebagai “suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka membentuk kepuasan yang optimal kepada pelanggan”.¹⁰ Sedangkan menurut Kasmir, pemasaran merupakan “usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan terhadap produk dan jasa”.¹¹

Pemasaran adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan atau diinginkan melalui pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.

2. Fungsi Pemasaran

Secara garis besar, peran penting pemasaran diwujudkan melalui delapan fungsi universal yang meliputi:

- a. *Buying*, yaitu memastikan bahwa produk yang dijual tersedia dalam jumlah memadai agar dapat memenuhi permintaan pelanggan.
- b. *Selling*, yakni menggunakan periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan untuk meyelaraskan produk dengan kebutuhan pelanggan.
- c. *Transporting*, berkenaan dengan memindahkan produk dari lokasi produksi ke lokasi yang nyaman diakses oleh para pembeli.
- d. *Storing*, berkaitan dengan aktivitas menyimpan produk sampai dibutuhkan untuk dijual.
- e. *Standardizing and grading*, yakni memastikan bahwa produk sesuai dengan pengendalian kualitas dan kuantitas dalam hal ukuran, berat, dan variabel lainnya.
- f. *Financing*, yaitu menyediakan fasilitas kredit kepada anggota saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer) dan konsumen.

⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), Cet ke-2, 215

¹⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 83

¹¹ Kasmir, *Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2004), 53

- g. *Risk taking*, yakni menghadapi segala ketidakpastian berkenaan dengan pembelian yang dilakukan pelanggan di masa datang.
- h. *Securing marketing information*, menyangkut pengumpulan informasi mengenai konsumen, pesaing, dan saluran distribusi demi kepentingan pengembalian keputusan pemasaran.¹²

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa fungsi strategi pemasaran pada dasarnya diterapkan untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

3. Tujuan Pemasaran

Secara umum, tujuan pemasaran adalah untuk:

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.
- b. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan.
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti perusahaan menyediakan berbagai jenis produk sehingga pelanggan memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada pelanggan dan menciptakan iklim yang efisien.¹³

Berdasarkan tujuan pemasaran di atas, dapat dipahami bahwa tujuan pemasaran pada intinya adalah untuk memuaskan pelanggan. Hal ini dikarenakan apabila pelanggan merasa terpuaskan dengan produk-produk yang ditawarkan tentunya hal tersebut dapat menguntungkan kedua belah pihak.

¹² Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 17

¹³ Kasmir, *Pemasaran.*, 57

4. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.¹⁴

Program pemasaran berupa bauran pemasaran yakni *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*:

a. *Product* (Produk)

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapatkan respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus yang berkaitan dengan produk, strategi ini dikenal dengan nama strategi produk.¹⁵

b. *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk perusahaan.

¹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 14

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2004), 127

Menentukan harga jual produk dalam perusahaan merupakan salah satu aktor terpenting untuk menarik minat pelanggan.¹⁶

c. *Place* (Tempat/Saluran Distribusi)

Place adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk perusahaan.¹⁷ Dalam persaingan yang ketat, penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian perusahaan akan dapat diraih. Strategi lokasi seringkali dianggap hal yang sepele, namun ternyata dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan perusahaan. Apabila lokasi sudah ditentukan, maka perlu pula disertai dengan perencanaan ruangan, tata ruang, serta interior bangunan, perparkiran, dan keamanan. Tujuan penentuan lokasi dan ruangan untuk mendukung keunggulan sumber daya manusia serta sistem yang dimiliki oleh perusahaan.¹⁸

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi menurut Pandji Anoraga merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.¹⁹

¹⁶ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 292

¹⁷ Kasmir, *Pemasaran.*, 145

¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 131

¹⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, 222.

Pada praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi, yaitu:

- 1) Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, Koran, majalah televisi atau radio.
- 2) Promosi Penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
- 3) Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon pelanggan atau pelanggannya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.
- 4) Penjualan Pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan perusahaan dalam melayani serta ikut mempengaruhi pelanggan.²⁰

Dapat dipahami bahwa promosi bertujuan untuk menanamkan citra yang baik atau agar lebih dikenal keberadannya. Ketika citra perusahaan sudah tertanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa tentunya akan terasa menjadi jauh lebih mudah.

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.²¹ SWOT adalah akronim dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi

²⁰ Kasmir, *Pemasaran.*, 156

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009),

pada profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.²²

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats* dimana penjelasannya sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.²³

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Produk, harga, lokasi, dan promosi juga dapat menjadi sumber kelemahan.²⁴

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan

²² Irham Fahmi, *Manajemen Strategis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 252

²³ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 172

²⁴ *Ibid.*, 173

pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.²⁵

4. Ancaman (*Threath*)

Ancaman (*threath*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.²⁶

²⁵ *Ibid*

²⁶ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik.*, 173

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan, Menurut Abdurrahmat Fathoni, penelitian lapangan yaitu “suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah”.¹

Pada penelitian ini peneliti akan memaparkan data hasil penelitian yang diperoleh di lapangan yaitu di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Tengah.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif. “Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.”²

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada. Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penguatan budaya lokal

¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96

² *Ibid.*, 97

melalui pemasaran Kain Tirai Nurun khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.³ Pada penelitian ini, yang menjadi sumber data primer adalah Bapak Herman, dan Bapak Muhammad selaku pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur.

Pengrajin Kain Tirai Nurun sebagai sumber data primer ditentukan melalui salah satu teknik pengambilan sampel yaitu *quota sample*. Teknik sampling ini dilakukan dengan mendasarkan diri pada jumlah yang ditentukan. Dalam mengumpulkan data, peneliti menghubungi subjek yang memenuhi persyaratan ciri-ciri populasi. Biasanya yang dihubungi adalah subjek yang mudah ditemui, sehingga pengumpulan datanya mudah.⁴

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁵ Data sekunder pada penelitian ini meliputi buku-buku, majalah, jurnal, dan internet, yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 137

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 184-185

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 137

Adapun buku-buku sebagai sumber data sekunder yang terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- b. Irham Fahmi. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- c. Kasmir. *Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2004.
- d. M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- e. Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewancarai dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancarai.⁶

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin, yakni teknik *interview* yang dilakukan dengan membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.⁷ Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Ari, Bapak Herman, dan Bapak Muhammad selaku

⁶ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian*., 105

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*., 199.

pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur.

2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.⁸ Pada penelitian ini teknik dokumentasi digunakan digunakan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah singkat Desa Kedaton Satu dan sejarah Kain Tirai Nurun, serta dokumentasi kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin Kain Tirai Nurun di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur.

D. Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif. Langkah-langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiono, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan. Analisis data pada penelitian kualitatif, dilakukan

⁸ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, 112

pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.⁹

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Menurut Sugiyono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹⁰

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiyono, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif.¹¹ Pada tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah direduksi ke dalam laporan secara sistematis.

4. *Conclusion* (Pengambilan Kesimpulan)

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yang adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan

⁹ *Ibid.*, 246

¹⁰ *Ibid.*, 247

¹¹ *Ibid.*, 249

berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.¹²

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.¹³

Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif maka penarikan kesimpulan dengan menggunakan metode analisis. Dua jenis metode yang biasanya digunakan yaitu:

- a. Metode induktif, yaitu metode yang membahas masalah khusus menuju ke arah kesimpulan yang bersifat umum. Seperti yang dikemukakan oleh Sutrisno Hadi yakni: “berfikir induktif berangkat dari fakta yang konkrit kemudian ditarik dan digeneralisasikan sesuai dengan sifat umum”.¹⁴
- b. Metode deduktif, yaitu data yang dipergunakan untuk menganalisa data yang terkumpul dengan jalan menguraikan atau menginterpretasikan hal-hal yang bersifat umum pada kesimpulan yang bersifat khusus. Merupakan proses pendekatan yang berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena (teori) kemudian menggeneralisasi kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data tertentu yang mempunyai ciri yang sama dengan fenomena yang bersangkutan, dengan memakai kaidah logika tertentu.¹⁵

Pada penelitian ini, data yang telah diproses dengan langkah-langkah seperti di atas, kemudian ditarik kesimpulan secara kritis dengan menggunakan metode induktif yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus untuk memperoleh kesimpulan umum yang objektif. Setelah itu, kesimpulan yang telah dibuat kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali pada hasil reduksi dan *display* data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari permasalahan penelitian.

¹² *Ibid.*, 252

¹³ *Ibid.*, 252-253

¹⁴ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Reasearch*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 42

¹⁵ Syarifudin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2003), 40

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban

1. Sejarah Singkat Desa Kedaton Satu

Desa Kedaton satu dibuka oleh penduduk asli Lampung yang berasal dari daerah Aweng di tepi Way Seputih, yang lebih kurang di Desa Buyut Ilir, kemudian pindah ke Kedaton Tua di sekitar Way Bunuk dekat Muara di sekitar Desa Raman Aji, dan pada akhir tahun 1901 pindah ke Desa Kedaton Buring yang sekarang ini menjadi desa Kedaton, mengenai urutan kepemimpinan Desa Kedaton sejak tahun 1902. Sejarah singkat berdirinya Desa Kedaton satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur.¹⁶

2. Keadaan Penduduk Desa Kedaton Satu

Gambaran keadaan penduduk Desa Kuo diperoleh dari data monografi Desa sampai bulan April 2021. Gambaran umum penduduk meliputi distribusi berdasarkan umur, berdasarkan mata pencaharian, dan distribusi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan. Jumlah penduduk Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban adalah sebanyak 2575 jiwa, terdiri dari 1340 Laki-laki dan 1235 Perempuan dengan jumlah kepala keluarga 722 KK.

¹⁶ Andiko S, sebagai Sekretaris Desa Kedaton Satu.

Adapun distribusi penduduk Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur

| Kelompok Umur | Jumlah |
|---------------|-------------|
| 0 – 3 | 167 |
| 4 – 6 | 115 |
| 7 – 12 | 280 |
| 13 – 16 | 206 |
| 17 – 19 | 144 |
| 20 – 24 | 248 |
| 25 – 29 | 207 |
| 30 – 34 | 243 |
| 35 – 39 | 195 |
| 40 – 44 | 184 |
| 45 – 49 | 163 |
| 50 – 54 | 134 |
| 55 – 59 | 88 |
| 60 – 64 | 77 |
| 65 – 69 | 65 |
| 70 – 74 | 24 |
| > 75 | 33 |
| Jumlah | 2575 |

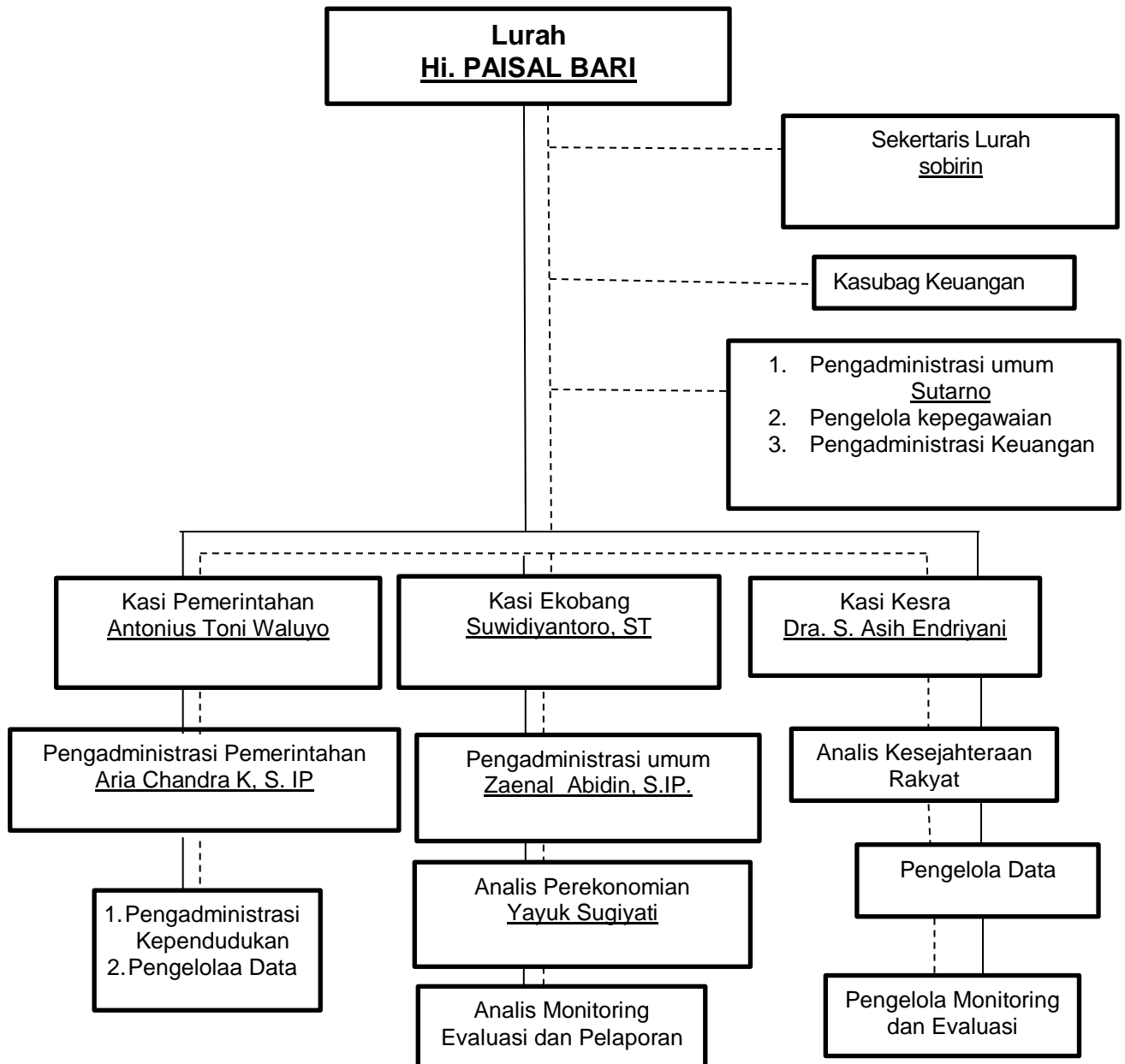
Penduduk Desa Kedaton Satu yang mengenyam pendidikan terbanyak adalah tamatan SD yaitu 711 orang (28,40%). Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan di Desa Kedaton Satu dapat dikatakan masih rendah. Tetapi dalam hal ini masih ada beberapa juga yang sedang dalam penyelesaian pendidikan sehingga dapat memajukan tingkat pendidikan yang ada di Desa Kedaton Satu menjadi lebih baik dari sebelumnya.¹⁷

¹⁷ Andiko S, sebagai Sekretaris Desa Kedaton Satu.

3. Struktur Organisasi Desa Kedaton Satu Kec. Batanghari Nuban

Adapun struktur organisasi atau kepengurusan Desa Kedaton yaitu:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kelurahan Kedaton Satu Kec. Batanghari Nuban



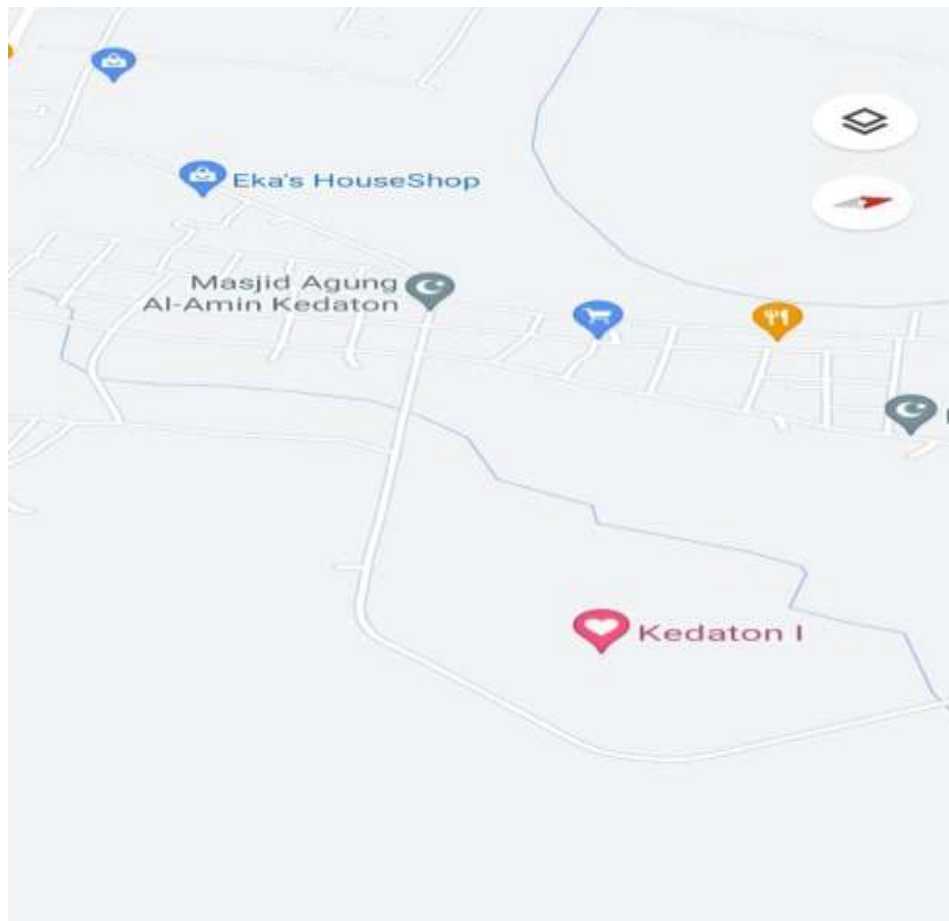
Gambar 2 Struktur Organisasi Kelurahan Kedaton Satu Kec. Batanghari Nuban
Sumber: Arsip Kelurahan Kedaton Satu Kec. Batanghari Nuban (2021)

Keterangan :

- : Garis wewenang dan tanggung jawab
 - - - - - : Garis Koordinasi

4. Denah Lokasi Desa Kedaton Satu Kec. Batanghari Nuban

Berikut adalah denah lokasi desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban sebagai berikut:



B. Analisis Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban

1. Reduksi Data Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban

Untuk mengetahui penguatan budaya lokal melalui pemasaran yang diterapkan pada usaha kain tirai nurun khas Lampung di Desa Kedaton

Satu Kec. Batanghari Nuban, peneliti melakukan wawancara dengan pengelola usaha.

Menurut penuturan Bpk Ahmad 52 tahun usaha kerajinan kain tirai menurun didirikan sejak tahun 2007. Alasan utama Bpk Herman mendirikan usaha kerajinan tirai nurun adalah untuk melestarikan budaya Lampung. yang pada saat itu kain tirai nurun masih cukup banyak digandrungi semua kalangan. Kesulitan yang dihadapi pemilik dalam memasarkan kain tirai menurun khas Lampung ini adalah terkendala dengan kegiatan promosi dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang andal dalam bidang digital marketing. Hal inilah yang menyebabkan usaha kerajinan tirai nurun khas Lampung di desa Kedaton 1 kecamatan Batanghari nuban masih belum terlalu terkenal, atau belum banyak khalayak yang tahu mengenai usaha kerajinan ini. Seiring perkembangan zaman era modernisasi dan westernisasi menyebabkan banyak generasi muda melupakan peninggalan budaya lokal, hal ini menyebabkan menurunnya minat konsumen terhadap kain tirai nurun khas Lampung.

Lokasi usaha yang dijadikan tempat produksi kain tirai nurun khas Lampung dianggap belum strategis untuk menjadi kantor pemasaran kain tirai nurun khas Lampung, meskipun sudah cukup baik dalam menjangkau sumberdaya untuk membuat kerajinan kain tirai nurun khas Lampung. Pemilik berkeinginan untuk memiliki kantor pemasaran sendiri yang berlokasi di wilayah yang banyak memiliki pengunjung ataupun wisatawan

seperti di bandar Lampung sebagai pusat kota di mana ada banyak pengunjung yang datang ke sana.

Untuk menentukan harga jual produk Bpk Herman menjelaskan bahwa penetapan harga jual kain tirai nurun khas Lampung dilakukan dengan memperhatikan biaya pokok pembuatan kain, biaya tenaga kerja, laba yang di inginkan disesuaikan dengan harga pesaing agar harga tidak terlalu tinggi bagi masyarakat. Cara memasarkan kain tirai nurun khas Lampung menurut ibu Juariah adalah dengan mengenalkan lagi peninggalan budaya lokal berupa kain tirai nurun khas Lampung kepada masyarakat melalui pameran budaya ataupun kegiatan-kegiatan kebudayaan lainnya. Dalam pelestarian budaya ini juga membutuhkan peranan generasi muda untuk kembali mencintai budaya lokal. Jika kesadaran akan cinta budaya lokal sudah tertanam selanjutnya adalah memasarkan kain tirai nurun melalui promosi, periklanan, dan juga penjualan secara langsung.¹⁸

Terdapat 10 pekerja di usaha tirai nurun khas Lampung desa Kedaton 1 kecamatan Batanghari nuban. Rata-rata pekerja sudah mulai bekerja sejak awal berdirinya usaha kerajinan kain tirai nurun Lampung. Para pekerja tertarik untuk bergabung dan bekerja di usaha kerajinan kain tirai nurun Lampung salah satu alasannya adalah untuk turut melestarikan budaya lokal berupa kerajinan kain tirai nurun khas Lampung. Terkadang para pekerja juga ikut membantu dalam pemasaran kerajinan kain tirai

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Jariyah Selaku Pengelola Usaha Kain Tirai Nurun Pada Tanggal 15 April 2021

menurun ini melalui penjualan personal atau penjualan secara langsung. Selain memiliki diwajibkan memiliki keterampilan dalam membuat kerajinan kain tirai nurun ternyata para pekerja juga dibekali ilmu sebelum mulai bekerja melalui pelatihan yang diberikan pihak pengusaha kerajinan tirai nurun khas Lampung. Untuk lamanya proses pembuatan 1 kain tirai nurun khas Lampung umumnya membutuhkan waktu itu selama 1 minggu hingga 2 bulan tergantung dari tingkat kerumitan tirai yang dihasilkan. Untuk masa sekarang ini peminat kain tirai nurun khas Lampung semakin menurun. Yang kemungkinan dapat disebabkan oleh mulai masuknya kain tirai khas daerah lain dan juga yang bernuansa modern yang lebih digemari oleh masyarakat.

2. Hasil Analisis Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban

Hasil analisis Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban berdasarkan data wawancara kepada pemilik dan para pekerja diketahui nilai budaya lokal tetap dapat lestari, jika ditinjau dari strategi 4P dalam bauran pemasaran, berikut ini hasil analisis data penguatan budaya lokal melalui pemasaran kain khas Lampung di desa Kedaton 1 kecamatan Batanghari nuban melalui strategi 4P dalam bauran pemasaran yaitu:

a. *Product* (produk)

Produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Produk yang dihasilkan dari usaha kerajinan kain tirai nurun khas Lampung di desa Kedaton 1 Kecamatan Batanghari Nuban adalah berupa kain tirai nurun yang digunakan sebagai dekorasi dinding dan pintu dalam setiap acara adat-istiadat Lampung seperti acara pernikahan. Kain tirai nurun merupakan ciri khas pesta adat lampung dimana dekorasi dinding di hias dengan tirai nurun yang didominasi ukiran dan tirai menjuntai berwarna kuning keemasan.

b. *Price* (harga)

Strategi harga diterapkan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan. Harga dari kain tirai Nurun berbeda-beda tergantung dari jenis kain, dan motif tirai nya. Umumnya harga berkisar antara Rp.700.000,00 sampai dengan Rp 2.500.000,00 untuk satu roll kain tirai nurun. Harga ini lebih murah jika dibandingkan dengan harga kain tirai nurun yang dijual dipasaran.

c. *Place* (tempat)

Place adalah tempat di mana diperjual belikannya produk. Penentuan lokasi suatu perusahaan merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis tentunya sangat memudahkan pelanggan dalam berurusan

dengan perusahaan. Bertempat di desa Kedaton Satu kecamatan Batanghari nuban merupakan lokasi yang baik untuk menjangkau sumber daya dan juga tenaga ahli atau pengrajin yang terampil dalam membuat kain tirai nurun khas Lampung. Namun untuk pemasaran lokasi produksi yang digunakan saat ini dinilai masih belum optimal untuk menjadi kantor pemasaran. Solusi lain untuk menutupi kurang strategisnya lokasi pemasaran adalah dengan mengikuti bazar atau pameran kebudayaan dengan tujuan untuk memperkenalkan kain tirai Nurun khas Lampung produksi warga desa Kedaton Satu kecamatan Batanghari nuban. Pemilik usaha juga mensuplai permintaan pasar yang umumnya berasal dari para pedagang yang berasal dari beberapa wilayah di provinsi Lampung.

d. *Promotion* (promosi)

Promotion (promosi) berupa aktivitas komunikasi dengan pelanggan sasaran dalam rangka menginformasikan, mengingatkan kembali, dan/atau membujuk mereka untuk membeli produk. Promosi bertujuan untuk menanamkan citra yang baik atau agar lebih dikenal keberadannya. Ketika citra perusahaan sudah tertanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa tentunya akan terasa menjadi jauh lebih mudah. Untuk promosi sendiri dilakukan dengan cara penjualan langsung, iklan melalui spanduk di tempat usaha kerajinan kain tirai nurun, publisitas yaitu melalui penjualan di acara bazar amal dan pameran pengenalan

kebudayaan lampung. Kelemahan promosi yang dialami usaha kerajinan kain tirai Nurun khas Lampung di desa Kedaton Satu kecamatan Batanghari nuban adalah kurangnya tenaga ahli dalam bidang digital marketing. Di era serba digital ini Ini seharusnya pengenalan kain tirai Nurun khas Lampung ini lebih cepat dan lebih mudah. Namun karena kurangnya sumber daya manusia dalam pemasaran di di dunia digital menyebabkan, hingga saat ini kain tirai nurun tidak terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Hanya beberapa masyarakat asli Lampung yang masih memegang adat budaya Lampung dalam setiap acara pesta atau pernikahan yang menggunakan kain tirai Nurun khas Lampung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan yaitu penguatan budaya lokal melalui pemasaran kain khas Lampung di desa Kedaton 1 kecamatan Batanghari Nuban melalui strategi 4P dalam bauran pemasaran sudah cukup baik namun belum maksimal.

Terdapat beberapa kendala dalam memasarkan kain tirai nurun khas Lampung. Kendala pertama dalam memasarkan produk yaitu lokasi produksi yang digunakan saat ini dinilai masih belum optimal untuk menjadi kantor pemasaran. Kendala yang kedua yaitu kurangnya tenaga ahli dalam bidang digital marketing. Di era serba digital ini ini seharusnya pengenalan kain tirai Nurun khas Lampung ini lebih cepat dan lebih mudah. Namun karena kurangnya sumber daya manusia dalam pemasaran di dunia digital menyebabkan, hingga saat ini kain tirai nurun tidak terlalu dikenal oleh masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti yang telah disimpulkan diatas, maka disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah, diharapkan dapat mensosialisasikan kain tirai nurun khas Lampung kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda melalui Dinas Pendidikan dengan cara memasukkan pengetahuan tenun tradisional Lampung baik secara teori maupun praktek dalam kurikulum mulai dari tingkat sekolah dasar hingga menengah, sehingga sistem pewarisan budaya tetap terjaga.
2. Kepada pemilik atau pengelola usaha di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban, dapat menjaga dan meningkatkan kualitas kain tirai nurun agar dapat menjaga eksistensi dan kepercayaan masyarakat, serta memanfaatkan segala peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya, seperti mengikuti pameran dan berbagai pelatihan, sehingga mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat muda terhadap kain tradisional.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya yang sejenis menggunakan lebih banyak sumber dan referensi agar hasil penelitian lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Andiko S, sebagai Sekretaris Desa Kedaton Satu.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000. Cet ke-2.
- Anwar, Syarifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2003.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Berliana, Clara. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus di Penjahit Bintang 38B Batanghari. Lampung Timur”. Skripsi. Metro: Perpustakaan IAIN Metro
- Bustani, Simona. “Perlindungan Hak Komunal Masyarakat Adat dalam Perspektif Kekayaan Intelektual Tradisional Era Globalisasi: Kenyataan dan Harapan”, dalam Jurnal Hukum Prioris. Jakarta: Fakultas Hukum Usakti. Vol.6 No.3/Februari 2018.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Hadi, Sutrisno. *Metodelogi Reasearch*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Hartono dan Deny Dwi Hartomo. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta*”, dalam Jurnal Bisnis & Manajemen. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Vol. 14. No. 1, 2014.
- Isbandiyah dan Supriyanto. “Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Lokal Tapis Lampung Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Bangsa”, dalam Jurnal *Kaganga*. Vol.2. Juni 2019.
- Jariyah. Selaku Pemilik usaha Kain Tirai Nurun Pada Tanggal 15 April 2021
- Kasmir. *Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.
- Laurie, Leavanny. “Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Tradisional Karo Pada Trias Tambun Kabanjahe”, dalam <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/50916>.

- Mirasaputri, Mega, dkk. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan di Kota Malang*”, dalam Jurnal Jibeka. Malang: STIE Asia. Volume 11 Nomor 2 Februari 2017.
- Moleong, Lexy J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Permendagri Nomor 39 Tahun 2007 Tentang Pedoman Fasilitasi Organisasi Kemasyarakatan Bidang Kebudayaan, Keraton, dan Lembaga Adat dalam Pelestarian dan Pengembangan Budaya Daerah
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Raslan, Idrus. “Penguatan Ketahanan Budaya Dalam Menghadapi Derasnya Arus Budaya Asing”, dalam Jurnal TAPIS Vol.11 No.1 Januari-Juni 2015.
- Riski, Muhidin. “Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus pada Kerajinan Songket Fikri Palembang”, dalam <http://repository.radenfatah.ac.id/1500/>.
- Setiyawan, Agung. “Budaya Lokal Dalam Perspektif Agama: Legitimasi Hukum Adat ‘Urf Dalam Islam”, dalam Jurnal Esensia. Vol. XIII No. 2 Juli 2012.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sulistyowati, Eny dan Nining Sofiati Lestari. “*Faktor - Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah UKM di Kota Yogyakarta*”, dalam Jurnal Maksipreneur. Vol. VI. No. 1. Desember 2016.
- Suneki, Sri. “Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah”, dalam Jurnal Ilmiah Civis. Vol.2 No.1/Januari 2012.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogya Offset, 2016.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296,

Nomor : 1559/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

15 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Dr.Hj.Siti Nurjanah ,M.Ag
 2. Esty Apridasari, M.Si
- di - Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Ari Budiman Sanjaya
NPM : 1502040126
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung Di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batang Hari Nuban,Lampung Timur.

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Dekan Bidang Akademik dan
Pembinaan

MUHAMMAD SALEH



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

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2087/In.28.3/D.1/PP.00.9/07/2020 Metro, 13 Juli 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Pemilik Home Industri Pembuatan Kain Khas Lampung
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Ari Budiman Sanjaya
NPM : 1502040126
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung Di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batang Hari Nuban, Lampung Timur.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I ,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

PERMOHONAN SURAT IZIN PRASURVEY

Kepada Yth.,
Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-
Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ARI BUDIMAN SANJAYA
NPM : 1502040126
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Semester : 10 (Sepuluh)
Total SKS Sementara : 148 SKS
IPK Sementara : 3,21 (Tiga Koma Dua Satu)
Alamat Tempat Tinggal : KEDATON 1
HP. 085273613978

Dengan ini mengajukan permohonan Surat Izin Prasurvey dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.
Judul dan Tempat prasurvey sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir/Skripsi : **PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI
NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN
BATANG HARI NUBAN, LAMPUNG TIMUR**
Tempat Prasurvey : **HOME INDUSTRI PEMBUATAN KAIN KHAS LAMPUNG**

Sebagai bahan pertimbangan, berikut ini saya lampirkan persyaratannya:

1. Asli Transkrip Nilai Sementara (bukti telah lulus minimal 110 SKS dan lulus matakuliah Metode Penelitian)
2. Foto Copy pengajuan judul skripsi yang telah disetujui oleh Pembimbing Akademik dan Ketua Jurusan/Prodi.

Demikian Surat Permohonan ini saya sampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Metro, 06 Juli 2020
Pendaftar,

ARI BUDIMAN SANJAYA
NPM 1502040126



60202003260

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

A. WAWANCARA

- 1. Wawancara dengan pengrajin/pemilik usaha tirai nurun khas lampung di desa kedaton satu kecamatan batanghari nuban kabupaten lampung timur**
 - a. Sejak kapan usaha kerajinan kain tirai nurun didirikan?
 - b. Apa alasan utama anda ketika memutuskan membangun usaha kerajinan tirai nurun ini?
 - c. Apa saja kesulitan anda dalam memasarkan kain tirai nurun khas lampung ini?
 - d. Apakah perkembangan zaman mempengaruhi usaha anda?
 - e. Apakah menurut anda lokasi tempat usaha anda saat ini sudah strategis untuk memasarkan hasil produksi anda?
 - f. Bagaimana anda menentukan harga jual produk anda agar tetap diminati masyarakat?
 - g. Bagaimana cara anda memasarkan kain tirai urun khas lampung ini agar dapat tetap diminati masyarakat di zaman yang semakin modern ini?

- 2. Wawancara dengan pekerja di usaha tirai nurun khas lampung di desa kedaton satu kecamatan batanghari nuban kabupaten lampung timur**
 - a. Sejak kapan Anda bekerja di usaha kerajinan kain tirai nurun ini?
 - b. Apa alasan anda bekerja di usaha kerajinan kain tirai nurun ini?
 - c. Apakah anda membantu dalam memasarkan hasil produksi usaha ini jika ia, bagaimana anda memasarkannya?
 - d. Apakah dengan bekerja di usaha kerajinan kain tirai nurun ini dapat membantu meningkatkan perekonomian anda?
 - e. Apakah anda dapat membuat kerajinan kain tirai nurun ini secara otodidak atau bagaimana, tolong jelaskan?
 - f. Berapa lama proses pembuatan satu kain tirai nurun khas lampung ini?

- g. Apakah dizaman yang semakin menurun ini menurut anda masih banyak masyarakat yang meminati kain tirai nurun ini?

B. DOKUMENTASI

1. Profil usaha tirai nurun khas lampung di desa kedaton satu kecamatan batanghari nuban kabupaten lampung timur
2. Dokomentasi berupa foto kain tirain nurun khas lampung dan pembeli

Metro, 10 Maret 2021
Peneliti



Ari Budiman Sanjaya
NPM.15102040126

Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si
NIP. 19880427 201503 2 005

OUTLINE

PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI NUKUN KRAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Penguatan Budaya Lokal
 - 1. Pengertian Budaya Lokal
 - 2. Macam-Macam Budaya Lokal di Lampung
 - 3. Usaha Penguatan Budaya Lokal

- B. Pemasaran
 - 1. Definisi Pemasaran
 - 2. Fungsi Pemasaran
 - 3. Tujuan Pemasaran
 - 4. Bauran Pemasaran

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur
 - 1. Sejarah Singkat Desa Kedaton Satu
 - 2. Keadaan Penduduk Desa Kedaton Satu
 - 3. Struktur Organisasi Kepemerintahan Desa Kedaton Satu
 - 4. Denah Lokasi Desa Kedaton Satu
- B. Analisis Terhadap Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemasaran Kain Tirai Nurun Khas Lampung di Desa Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, 09 Februari 2021
Mahasiswa Ybs.



Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126

Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si
NIP. 19880427 201503 2 005



PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANGHARI NUBAN
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Jl. Kedaton Satu Kecamatan Batanghari Nuban, Kabupaten Lampung Timur, kode pos: 34372, Lampung.

Nomor : 437/802/TNK.03/04/06/2021
Lampiran :-
Hal : Balasan izin Reseach/Survey
Menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi

Kepada
DEKAN INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI METRO
Di
Kota Metro

Assalamualaikum wr.wb,

Dengan hormat,

Berdasarkan surat Tugas Nomor: 1083/In.28/D.1/TI.01/03/2021 tanggal 25 Maret 2021 perihal izin Reseach/Survey di Kain Tian Nurun Khas Lampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **“PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU KECAMATAN BATANG HARI NUBAN LAMPUNG TIMUR”**.

Dengan ini kami atas nama Pemilik Usaha memberikan izin dan menerima mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO (IAIN) Untuk melakukan survey/research di Kain Tian Nurun Khas Lampung pada waktu yang disepakati.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb.

Batanghari Nuban, 04 Juni 2021
Pemilik Usaha


Muhammad



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Imigrasi Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0720) 41507, faksimil (0720) 47298, website: www.iaainmetro.ac.id E-mail: iaain@metroiaain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040126 Semester / TA : XI / 2020-2021

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing II | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|---------------|--|--------------|
| 3 | Selasa, 1 -9-2020 | | Pemasaan Saya, tidak perlu di ulang di minggu lagi Acc Proposal lanjutkan ke pembimbing I | |

Dosen Pembimbing II

Esty Apridasari, M.Si
NIP. 19880427 201503 2 005

Mahasiswa Ybs.

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggiloyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34117
Telp. (0725) 41507, faksimil (0725) 47298, website: www.iaimetro.iaimetro.ac.id, E-mail: iain@metro.iaimetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040126 Semester / TA : XI / 2020-2021

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing II | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------|---------------|---|--------------|
| 1 | Jumat, 19-8-2020 | Esty | 1. awal mula sub bab dalam pendahuluan baik nya tdk dimulai dengan kutipan 2. jika dilihat dr judul dan pernyataan penelitian fokus lokal fokus pada penguatan budaya lokal tdk di LSM BELUM fokus pd penguatan budaya lokal tdk di gali lagi pd permasalahan nya ada di budaya lokal / pemasaran 3. penelitian relevan dgn hante fokus pd variabel pemasaran tp yg pd penguatan budaya lokal | |

Dosen Pembimbing II

Esty Apridasari, M.Si
NIP. 19880427 201503 2 005

Mahasiswa Ybs.

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jl. KH Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47200, website: www.syahiah.metro.univ.ac.id, E-mail: syahiah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ari Budiman Sanjaya** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 1502040126 Semester / TA : XI / 2020-2021

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing I | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|--------------|---|--------------|
| 1 | Senin / 28 9-2020 | ✓ | <ul style="list-style-type: none">- Awal mula sub bab dalam pendahuluan katanya tidak dimulai dengan kutipan- Survey diganti pra survey- Perbaiki Lbm- Perbaiki penelitian relevan- proposal di reduksi menjadi 25 hal saja | |

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs.

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A. Jember Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, faksimil (0725) 41299, website: www.syanah.metro.univ.ac.id, mail: syanah.ien@metro.univ.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL.

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / EBy
NPM : 1502040126 Semester / TA : XI / 2020-2021

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing I | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------------|--------------|--|--------------|
| 1 | Kamis / 22 -10-2020 | ✓ | Lanjutkan Proses Draft RMA | fy |
| | Selasa / 10-11-20 | ✓ | Ace untuk di ajukan ke Seminar Proposal | fy |

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs.

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47200, Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.lain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ari Budiman Sanjaya
NPM : 1502040126

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XII/2020/2021

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Bimbingan yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|--------------|--|-----------------|
| | Selasa/ 25-5-2021 | ✓ | Catat semua apa pembimbing & timbaw bimbingannya Cekpang, volume pengesahan dll. jurnalnya membaca Al-Qur'an online. berhas proposal jurnal di caritub lagi dalam skripsi | |

Dosen Pembimbing I

Dr. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningsulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
NPM : 1502040126 Semester/TA : XII/2020/2021

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Bimbingan yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------|--------------|--|-----------------|
| 1 | 7 Mei 2021 | | Lengkapi halaman Pengesahan dil ajukan kesiapan membaca Al-Quraah online | |

Dosen Pembimbing I

Dr. Siti Nurjannah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimil (0725) 47296, Website www.syariah.metro.univ.ac.id, e-mail syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
NPM : 1502040126 Semester/TA : XII/2020/2021

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Bimbingan yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|---|--------------|---|-----------------|
| 1 | Senin, 31 -5-2021 Kamis/ 27-5-21 | ✓ | Jadwal mengaji online mengaji online beasiswa bisa via wa silalah di komunikasikan stelah ace mengaji lanjut di tadarus dengannya | hy |

Dosen Pembimbing I

Dr. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggingsulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon: (0720) 41507, Faksimil: (0720) 41298, Website: www.iaimetro.univ.ac.id, e-mail: iayah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ari Budiman Sanjaya
NPM : 1502040126

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XII/2020/2021

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Bimbingan yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|--------------------|--------------|--|-----------------|
| | Kamis/ 1-7-2021 | ✓ | Agar di tulis semua hasil konsultasi online & lembar konsultasi muba awal bimbingan skripsi - selesai mengaji online sertakan buku bimbingan online yang ada catatan terakhir | ly |

Dosen Pembimbing I,

Dr. Siti Nurjannah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Komplek 15 A Linggadya Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimih (0725) 41796, Website www.syariah.metroiaiv.ac.id, e-mail syariah.lain@metroiaiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
NPM : 1502040126 Semester/TA : XII/2020/2021

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Bimbingan yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1 | 7 Juni 2021 | | mengaji online pertama | |

Dosen Pembimbing I

Dr. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Jingsraya Metro Tangga Kita Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507 Faksimili (0725) 47296 Website: www.syarabi.metro.iaim.ac.id e-mail: syarabi@iainmetro.syarabi.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ari Budiman Sanjaya Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/I/Sy
NPM : 1502040126 Semester/TA : XII/2020/2021

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Bimbingan yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1 | 16 Juni 2021 | | mengaji online ke dua | |

Dosen Pembimbing I

Dr. Siti Nuzriyah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ari Budiman Sanjaya
NPM. 1502040126



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimih (0725) 47296,
Website www.metroinv.ac.id, email: iaimetro@metroinv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : ARI BUDIMAN SANJAYA

NPM : 1502040126

Jurusan : SI Ekonomi Syariah

Judul : PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMASARAN KAIN
TIRAI NURUN KHAS LAMPUNG DI DESA KEDATON SATU
KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG
TIMUR

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 24%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



NIP. 19880529 201503 1 005

FOTO DOKUMENTASI



Foto 1, Wawancara dengan ibu selaku istri dari pemilik kerajinan tirai nurun

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Ari budiman sanjaya lahir pada tanggal 04 Juli 1997 di desa Gaya Baru, Kab. Lampung Tengah, Prov. Lampung. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, yang terlahir dari pasangan Bapak Suhaimi dan Ibu Rohaya. Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya pada sekolah dasar di SDN 01 Purwosari pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan kejenjang SMP N 02 Kotagajah selesai pada tahun 2011, dan melanjutkan pendidikan ditingkat SLTA di MA MAARIF 9 Kotagajah lulus pada tahun 2014. Setelah lulus pendidikan MA, penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi Bisnis Islam dan Ekonomi Syariah (ESY) dimulai semester 1 tahun 2015 sampai pada tahun 2021.