

## Analisis Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Anyaman Purun Pada Brand Usaha Anyaba Di Marabahan

Husnul Khotimah<sup>1</sup>, Hairul Hairul<sup>2</sup>, Nurul Hasanah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi . Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, 19310620

<sup>2</sup>Manajemen, 61201 , Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin1120078802

<sup>3</sup>Manajemen, 61202, Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, 061502740

E-mail: [husnulkhtmh963@gmail.com](mailto:husnulkhtmh963@gmail.com)

**Abstract :** HUSNUL KHOTIMAH. "Analysis of Marketing Strategy in an effort to increase sales of purun woven on the Anyaba business brand in Marabahan". Hairul Advisor, SE.M.M. and Nurul Hasanah, S.Sos., M.M. The marketing strategy used to increase sales of purun woven at the Anyaba business brand in Marabahan is quite good, because it is able to market purun woven which was previously only considered a lower-middle class product to be promoted to the preferred class of millennials. The data collection technique used in this research is through Observation Method, Library (Library Research), Field Research (Field Research), Interview Method (Interview) and Documentation Method.

This study uses qualitative data analysis, namely analysis based on opinions, thoughts and considerations that will describe and explain problems that are not described in numerical form.

Based on the results of the study it can be concluded that: 1) The marketing strategy used woven Marabahan that has been carried out so far is to maintain product quality and continue to innovate to cooperate with related agencies or other parties with new products with attractive types, colors and packaging designs and changes according to market needs and the price offered is relatively cheaper because it targets young people who want to look trendy at a low cost and there are discounts on certain products on certain days to attract customers and 2) The marketing strategy that should be used in Anyaba Woven Marabahan to increase sales of its products, in addition to the ongoing strategy, it is necessary to add promotional aspects to buyers who have come to buy on the spot by giving discounts, from the aspect of the Anyaba Marabahan place which is located in a strategic location and is easy for buyers to visit but it is also necessary to think about adding new branches in other places such as the city of Banjarmasin and its surroundings

**Keywords:** Marketing Strategy, Increased sales

**Abstrak :** HUSNUL KHOTIMAH. "Analisis Strategi Pemasaran dalam usaha meningkatkan penjualan anyaman purun pada Brand usaha Anyaba di Marabahan". Dosen Pembimbing Hairul, SE.M.M. dan Nurul Hasanah, S.Sos., M.M

Strategi Pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan anyaman purun pada Brand usaha Anyaba di Marabahan cukup baik, karena mampu memasarkan anyaman purun yang sebelumnya hanya dianggap produk menengah kebawah menjadi naik kelas disukai kaum millennial.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui Metode Observasi, Kepustakaan (Library Research), Penelitian Lapangan (Field Research), Metode Interview (Wawancara) dan Metode Dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan analisa data kualitatif yaitu analisa berdasarkan pendapat, pemikiran dan pertimbangan-pertimbangan yang akan menguraikan serta menerangkan masalah yang tidak digambarkan dalam bentuk angka.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) Strategi marketing yang digunakan Anyaman Anyaba Marabahan yang dijalankan selama ini adalah dengan memelihara kualitas produk dan terus berinovasi untuk bekerjasama dengan instansi terkait atau pihak lain dengan produk baru dengan, tipe, warna dan desain kemasan yang menarik dan berubah sesuai kebutuhan pasar serta harga yang ditawarkan relatif lebih murah karena menasar kaum muda yang ingin tampil trendy dengan biaya murah serta ada potongan diskon pada produk-produk tertentu pada hari-hari tertentu untuk menarik pelanggan dan 2) Strategi marketing yang seharusnya digunakan pada Anyaman Anyaba Marabahan untuk meningkatkan penjualan produknya selain strategi yang sudah berjalan perlu adanya penambahan aspek promosi kepada pembeli yang sudah datang untuk membeli di

tempat dengan memberikan potongan harga, dari aspek tempat Anyaman Anyaba Marabahan yang terletak dilokasi yang strategis dan mudah dikunjungi pembeli namun perlu juga dipikirkan untuk menambah cabang baru di tempat lain seperti Kota Banjarmasin dan sekitarnya

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Peningkatan penjualan

## **PENDAHULUAN**

Anyaman merupakan karya seni yang mempengaruhi kehidupan dan kebudayaan masyarakat. Anyaman adalah kerajinan suatu bangsa atau suku yang merupakan ungkapan dari suatu perasaan, gagasan, angan-angan, keinginan, penghayatan dan semangat terhadap lingkungan yang membawa corak khas suatu bangsa atau suku. Anyaman mempunyai arti seni menganyam benda-benda seperti wadah, tikar, tutup kepala dan lain-lain dari bahan serat rotan, bambu, pandan dan sebagainya. Menganyam merupakan proses menyilangkan bahan-bahan tumbuhan untuk menjadikan suatu rumpun yang kuat dan dapat digunakan. Bahan tumbuhan-tumbuhan yang dapat dianyam yaitu lidi, rotan, akar, bilah, pandan, purun dan beberapa bahan tumbuhan lain yang dikeringkan dan lembut (Fidiatmiko, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian Hasibuan (2023), dengan judul Strategi Pengembangan Kerajinan Anyaman Purun dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Masa Pandemi di Desa Sementara Propinsi Sumatera Utara, strategi pemasaran dengan menggunakan teknologi canggih atau secara online dapat membantu para ibu pengrajin purun dapat meningkatkan masalah pemasaran pada masa pandemi covid-19 dengan menggunakan media online sebagai bahan promosi dan juga sebagai media pemasaran dapat meningkatkan penjualan bagi pengrajin purun, dan juga pengembangan produk yang dilakukan sangat mempengaruhi konsumen agar semakin tertarik dengan purun anyaman.

Hayuna, 2022. dengan judul Strategi Pemasaran ATP (Anyaman Tikar Purun) Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jelutung II Dusun Serdang. Dengan hasil penelitian bahwa strategi pemasaran anyaman tikar purun melalui media sosial yang diantaranya facebook, whatsapp, instagram dengan memberikan gambar-gambar yang menarik dan keterangan detail tentang produk yang menyertai caption seperti bahan produk, warna, serta harga yang mudah untuk dipahami dapat meningkatkan penjualan.

Muhammad fahruji (2020), dengan judul strategi usaha kelompok pengrajin anyaman purun Al-Firdaus di Kampung Purun Kelurahan Palam Banjarbaru. Berdasarkan hasil penelitian ini adalah dengan mengembangkan usaha kerajinan anyaman purun dan berinovasi menciptakan produk-produk baru dengan kualitas yang baik agar mampu menarik minat para

pembeli; untuk meningkatkan penjualan hendaknya mencari pelanggan tetap untuk penjualan produk anyaman purun yang sudah diproduksi, kemudian mencari tempat yang strategis untuk membuka sebuah toko di pusat perbelanjaan yang menjual seluruh hasil produksi anyaman purun.

Berdasarkan beberapa penelitian relevan diatas, maka terdapat kemiripan dengan judul penelitian ini, namun walaupun ada kemiripan tetapi terdapat perbedaan yang terletak pada obyek penelitian ini yaitu merk ANYABA yang hanya dirintis oleh keluarga Ibu Barkati dan dikembangkan anaknya Tri Fatimah sedangkan penelitian sebelumnya merupakan usaha kerajinan purun dalam sebuah desa tertentu yang biasanya dijalankan secara bersama oleh kaum perempuan di Desa tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menemukan beberapa keunikan produk dan keunggulan dalam hal strategi pemasaran oleh produk merk ANYABA sehingga seiring berlalunya pandemi Covid 19 semakin berkembang sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan perajin dalam usaha meningkatkan penjualan anyam purun pada merk Anyaba, sehingga karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Anyaman Purun pada Brand Usaha Anyaba di Marabahan”

## **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian menggunakan pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan hasil penelitian dengan jata-kata dengan wawancara dan observasi sebagai sumbernya data. Jenis penelitian adalah Deskriptif Analisis yaitu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau. Penelitian ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Penggambaran kondisi individual atau menggunakan angka-angka. (Sukmadinata, 2016:5)

### **1. Hasil Penelitian**

A. Strategi Pemasaran yang telah diterapkan dalam rangka meningkatkan Peningkatan penjualan pada Anyaman Purun pada Brand Usaha Anyaba di Marabahan selama ini.

Menurut Tri Fatimah mengenai pertanyaan strategi yang diterapkan anyaman Anyaba selama ini dia menjelaskan “agar dapat menembus pasar yang potensial sehingga dengan demikian, sebuah usaha harus bisa melayani dan memenuhi permintaan pasar yang ada sehingga untuk bisa memenuhi hal itu usaha harus membuat produknya lebih unggul untuk menarik minat konsumen. Hal tersebut bisa ditempuh dengan mengadakan

perubahan dan pengembangan aspek warna, bentuk, ukuran, kualitas atau menambah variasi yang ada. Sehingga dengan jalan ini usaha akan bisa menciptakan produk sesuai dengan keinginan pasar, dapat memengaruhi pandangan konsumen”

Menurut penulis hasil wawancara ini mengandung makna bahwa pemilik usaha berusaha menciptakan konsumen yang loyal pada produk anyaman anyaba sehingga akan memberitahu pelanggan baru yang lebih luas, sehingga akan terjadi peningkatan penjualan berarti proses produksi dan pelanggan membeli barang sampai barang itu dibeli atau dikirim pada pembeli yang kemudian dibayar pelanggan..

Sehingga menurut penulis dalam model strategi marketing hal itu termasuk dalam aspek distribusi atau place dimana pelanggan yang loyal dan pengiriman barang yang tepat waktu akan membantu usaha untuk bisa memperoleh kepercayaan dari pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan Penjualan selain itu menurut Tri Fatimah selain menjual produk Anyaman Purun yang dikemas dengan bentuk dan model lebih modern, dengan memilih lokasi toko dipinggir jalan raya banyak yang lewat dan melihat produk cantik dari bahan purun miliknya banyak masyarakat yang berminat singgah dan mencoba membeli produk di Anyaman Purun di Toko Anyaba Marabahan.

Mengenai strategi Harga, menurut Tri Fatimah: ”penentuan harga usaha sudah seharusnya memiliki strategi untuk bisa tetap menguasai harga pasar, sehingga penentuan harga ini sesuai dengan kebutuhan pengeluaran dan biaya operasionalnya. Penentuan harga ini sudah seharusnya menjadi prioritas bagi usaha agar konsumen merasa puas dengan hasil produksinya yang disertai dengan harga yang berimbang”

Sehingga menurut penulis bahwa setiap usaha mempunyai tujuan dan sasaran untuk memperoleh keuntungan guna mempertahankan kelangsungan hidupnya yang hanya dapat tercapai jika usaha dapat meningkatkan penjualan, sehingga melalui peningkatan pangsa pasar dan menerapkan konsep-konsep Strategi marketing yang tepat, termasuk dalam menentukan harga yang tepat sehingga penjualan meningkat. Dalam kaitannya dengan pembahasan ini, terdapat empat kebijaksanaan Strategi marketing yang diterapkan oleh usaha yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Berikut ini akan disajikan implementasi strategi marketing oleh Anyaman Purun Anyaba Marabahan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Produk (product)

Berdasarkan produk-produk dari bahan anyaman purun diatas, terlihat produk yang ditawarkan merupakan inovasi atau produk yang tidak bisa terbuat dari bahan purun, sehingga dapat diketahui bahwa semenjak Tri Fatimah menjalankan usaha

banyak inovasi atau produk baru yang dipasarkan sehingga konsumen tertarik karena tas yang ditawarkan selain mempunyai nilai seni juga dapat terjangkau.

Produk merupakan salah satu aspek terpenting dalam Strategi marketing, karena strategi marketing adalah permasalahan yang penting bagi usaha yang diarahkan untuk meningkatkan Penjualan. Salah satu kebijaksanaan Strategi marketing yang berperan dalam meningkatkan Penjualan pada Anyaman Anyaba Marabahan adalah aspek kualitas produk, dimana produk mengacu pada nilai yang terdapat pada produk tersebut, bagaimana produk tersebut memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta penanganan kualitasnya dan juga desain-desain yang berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan pasar. Sebagaimana tujuan utama dari produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.

Pada produk anyaman yang dipasarkan di Anyaman Anyaba Marabahan masalah proses pembuatan dan mutu bahan baku sangat diperhatikan sehingga bentuk desain dan kualitas produk dapat terus terjaga karena dalam industri anyaman purun desain dan kualitas bahan baku sangat penting untuk mempertahankan pasar dan loyalitas pelanggan.

Dalam hal produk, selalu berinovasi menciptakan produk-produk keluaran terbaru dan jenis-jenis penjualan dengan berbagai tipe, warna yang lengkap, desain kemasan yang menarik, dan tetap menjaga kualitas produk dan yang paling penting juga adalah Anyaman Anyaba Marabahan memberikan pelayanan khusus dengan pelanggan tetap untuk menjaga loyalitas konsumennya.

## 2. Harga (Price)

Menurut Tri Fatimah : “selain produk, manajemen harga menjadi salah satu kebijakan penting sebuah usaha yang akan mempengaruhi tingkat penjualan produknya. Penetapan harga jual merupakan salah satu hal penting di dalam manajemen harga. Pada prinsipnya, harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar”. Menurut penulis kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib penjualan di pasaran, upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga perlu dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi di pasaran sehingga harga penjualan Anyaman Anyaba Marabahan memang relatif lebih murah dari produk tas serupa.

Dengan harga yang bersaing untuk produk yang serupa dan kualitas produk yang ditawarkan terjaga menyebabkan penjualan selalu meningkat, terlebih pada hari libur dan menjelang hari besar.

Menurut Ibu Ani sebagai pembeli bahwa “Saya membeli produk Anyaman Anyaba karena harga yang lebih murah dan kualitas dan desain produk juga bagus sehingga produk dan harga yang dilakukan usaha Anyaman Anyaba Marabahan dapat menarik minat konsumen diwujudkan dengan harga jual yang murah, sehingga usaha kecil menengah Anyaman Anyaba Marabahan penjualannya selalu meningkat”.

Dengan kualitas yang ditawarkan serta kreativitas dan inovasi produk yang terus dilakukan serta harga yang relatif murah dari harga produk pesaing serta kestabilan harga yang tetap terjaga menjadikan konsumen tidak ragu lagi akan produk-produk yang ditawarkan menyebabkan konsumen banyak yang melakukan pembelian produk Anyaman Anyaba Marabahan yang merupakan satu dari tiga tempat untuk konsumen dapat menikmati produk-produknya.

### 3. Promosi (Promotion)

Promosi berkaitan dengan bagaimana cara mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk dikenal dan dibeli oleh masyarakat.

## B. Strategi marketing yang seharusnya digunakan pada Anyaman Anyaba Marabahan untuk meningkatkan penjualan produknya

### 1. Periklanan (Advertising)

Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan dengan berbagai macam cara diantaranya melalui media cetak seperti koran, brosur, media sosial dan internet. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ani bahwa untuk strategi periklanan sebaiknya usaha Anyaman Anyaba melakukan periklanan yang lebih gencar dengan menonjolkan segi seni tradisional warisan leluhur yang dikemas dengan disain modern pada iklan-iklan nya baik di media sosial dan lainnya sehingga konsumen merasa tertarik karena tidak banyak produk tradisional turun temurun yang dikemas dengan disain modern dengan warna yang menarik.

### 2. Promosi Penjualan (sales promotion)

Menurut Ibu Ani selaku Pembeli dan Pegawai Bank BPD Kalsel yang membantu pemasaran dan promosi Penjualan yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan sebaiknya pada waktu dan produk tertentu sekali-sekali perlu memberikan potongan harga dan bonus untuk setiap pembelian dalam jumlah yang besar kepada pelanggan

yang datang atau sebagai pedagang yang ingin menjual lagi secara eceran kepada pembeli

### 3. Kerjasama Pemasaran

Dalam hal pemasaran, Menurut Ibu Ani ”Anyaman Anyaba Marabahan juga perlu melakukan kegiatan kerjasama pemasaran dengan Bank BPD Kalsel, misalnya barang siapa belanja dengan Kartu Kredit Bank BPD Kalsel akan mendapatkan potongan harga 50% untuk produk Anyaman Anyaba”.

Hal ini dibenarkan oleh Tri Fatimah sebagai pemilik saat ini mereka bekerjasama dengan BPD Kalsel dalam bidang pemasaran maupun permodalan serta terkadang mengikuti kegiatan pameran atau kegiatan daerah Kabupaten Barito Kuala lainnya.

### 4. Penjualan Personal (Personal Selling)

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Ani, sebaiknya Anyaman Anyaba lebih meningkatkan Penjualan personal atau personal selling istilahnya, yaitu dengan cara melakukan strategi bauran pemasaran yang lebih baik mengenai penjualan khususnya pada media sosial yang mudah diakses dan viral saat ini sehingga penjualan jauh lebih luas

Hal ini dibenarkan oleh Tri Fatimah sebagai pemilik, bahwa : “saat ini mereka memasarkan produk melalui sosial media instagram, facebook maupun whats app maupun karyawan yang bertugas sebagai salesman dengan cara memberikan informasi tentang produk anyaman modern dan berkualitas yang dipasok oleh Anyaman Anyaba Marabahan dengan membagi brosur maupun gambar di media sosial untuk dilihat atau menginformasikan kepada konsumen atau masyarakat yang lewat di depan toko mereka, dengan memperkenalkan produk-produk terbaru”.

Selain itu menurut Tri Fatimah : “penjualan personal lainnya juga dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran yang diadakan Pemerintah Daerah dengan membawa beberapa jenis produk untuk diperkenalkan kepada konsumen dengan mengikuti pameran dan cara kanvasing dengan melakukan pemasaran ke luar kota Marabahan ataupun pasar-pasar yang ada di Kota Banjarmasin dan sekitarnya”.

### 5. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Menurut Ibu Ani: “Anyaba perlu juga dilakukan pemasaran langsung yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan yaitu dilakukan melalui SMS, whats app, melalui internet dengan membuat akun resmi facebook dan media sosial lainnya dari Anyaman Anyaba Marabahan dan situs internet, beberapa promosi lainnya yang telah dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan diantaranya yaitu dengan mengikuti

pameran-pameran, membuat promosi, yang dilaksanakan di Anyaman Anyaba Marabahan sehingga dari setiap promosi-promosi yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan di atas terdapat banyak konsumen yang melakukan pembelian”.

6. Tempat/Distribusi (Place)

Menurut Ibu Ani : “untuk meningkatkan penjualan Anyaman Anyaba Marabahan selain gencar memasarkan produk secara online juga sebaiknya mencari tempat usaha strategis untuk dijadikan semacam toko atau galeri agar pelanggan bisa memilih langsung dan bisa menilai kualitas barang, sehingga lebih jelas dari sekedar gambar di media sosial, dan sebaiknya konsumen yang jadi sasaran adalah konsumen menengah kebawah yang peduli dengan penampilan namun dengan biaya yang lebih murah, sehingga dengan mendapatkan tempat yang strategis diharapkan konsumen dapat lebih mudah untuk memperoleh ataupun melakukan pembelian produk Anyaman Anyaba Marabahan”.

Strategi yang sebaiknya dilakukan oleh Anyaman Anyaba yang disarankan Ibu Ani, Pegawai BPD Kalsel yang khusus menangani kerjasama dengan UKM diatas menurut Tri Fatimah sebagai pemilik usaha :cukup menarik dan dirinya akan segera menerapkannya karena menurutnya Ibu Ani sudah memiliki pengalaman dengan UKM lain sebelumnya dalam bidang pemasaran dimana rata-rata Usaha Kecil Menengah (UKM) tersebut meningkat penjualan produknya setelah mendapat nasehat dari Ibu Ani tentunya dirinya selain meningkatkan promosi juga memperbaiki rancangan produk yang sudah ada dengan menasar warga menengah ke bawah dengan menawarkan produk ke pasar-pasar tradisional di daerah terpencil dan pentingnya lebih menggiatkan promosi yang penting dilakukan juga adalah promosi melalui media seperti televisi, dan surat kabar dan media sosial”.

Anyaman Anyaba Marabahan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. memberikan serta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan inovasi dan kreasi produk yang terus dilakukan oleh usaha secara maksimal, sehingga selain peningkatan promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan salah satu aspek penting yang mendukung peningkatan penjualan adalah perlunya pelatihan terhadap karyawan Anyaman Anyaba Marabahan tentang pentingnya menjaga kualitas produk agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan.

- C. Strategi Pemasaran yang telah diterapkan dalam rangka meningkatkan Peningkatan penjualan pada Anyaman Purun pada Brand Usaha Anyaba di Marabahan selama ini.

Menurut Tri Fatimah mengenai pertanyaan strategi yang diterapkan anyaman Anyaba selama ini dia menjelaskan “agar dapat menembus pasar yang potensial sehingga dengan demikian, sebuah usaha harus bisa melayani dan memenuhi permintaan pasar yang ada sehingga untuk bisa memenuhi hal itu usaha harus membuat produknya lebih unggul untuk menarik minat konsumen. Hal tersebut bisa ditempuh dengan mengadakan perubahan dan pengembangan aspek warna, bentuk, ukuran, kualitas atau menambah variasi yang ada. Sehingga dengan jalan ini usaha akan bisa menciptakan produk sesuai dengan keinginan pasar, dapat memengaruhi pandangan konsumen”

Menurut penulis hasil wawancara ini mengandung makna bahwa pemilik usaha berusaha menciptakan konsumen yang loyal pada produk anyaman anyaba sehingga akan memberitahu pelanggan baru yang lebih luas, sehingga akan terjadi peningkatan penjualan berarti proses produksi dan pelanggan membeli barang sampai barang itu dibeli atau dikirim pada pembeli yang kemudian dibayar pelanggan..

Sehingga menurut penulis dalam model strategi marketing hal itu termasuk dalam aspek distribusi atau place dimana pelanggan yang loyal dan pengiriman barang yang tepat waktu akan membantu usaha untuk bisa memperoleh kepercayaan dari pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan Penjualan selain itu menurut Tri Fatimah selain menjual produk Anyaman Purun yang dikemas dengan bentuk dan model lebih modern, dengan memilih lokasi toko dipinggir jalan raya banyak yang lewat dan melihat produk cantik dari bahan purun miliknya banyak masyarakat yang berminat singgah dan mencoba membeli produk di Anyaman Purun di Toko Anyaba Marabahan.

Mengenai strategi Harga, menurut Tri Fatimah: ”penentuan harga usaha sudah seharusnya memiliki strategi untuk bisa tetap menguasai harga pasar, sehingga penentuan harga ini sesuai dengan kebutuhan pengeluaran dan biaya operasionalnya. Penentuan harga ini sudah seharusnya menjadi prioritas bagi usaha agar konsumen merasa puas dengan hasil produksinya yang disertai dengan harga yang berimbang”

Sehingga menurut penulis bahwa setiap usaha mempunyai tujuan dan sasaran untuk memperoleh keuntungan guna mempertahankan kelangsungan hidupnya yang hanya dapat tercapai jika usaha dapat meningkatkan penjualan, sehingga melalui peningkatan pangsa pasar dan menerapkan konsep-konsep Strategi marketing yang tepat, termasuk dalam menentukan harga yang tepat sehingga penjualan meningkat. Dalam kaitannya dengan pembahasan ini, terdapat empat kebijaksanaan Strategi marketing yang diterapkan oleh usaha yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Berikut ini akan disajikan implementasi strategi marketing oleh Anyaman Purun Anyaba Marabahan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Produk (product)

Produk merupakan salah satu aspek terpenting dalam Strategi marketing, karena strategi marketing adalah permasalahan yang penting bagi usaha yang diarahkan untuk meningkatkan Penjualan. Salah satu kebijaksanaan Strategi marketing yang berperan dalam meningkatkan Penjualan pada Anyaman Anyaba Marabahan adalah aspek kualitas produk, dimana produk mengacu pada nilai yang terdapat pada produk tersebut, bagaimana produk tersebut memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta penanganan kualitasnya dan juga desain-desain yang berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan pasar. Sebagaimana tujuan utama dari produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Pada produk anyaman yang dipasarkan di Anyaman Anyaba Marabahan masalah proses pembuatan dan mutu bahan baku sangat diperhatikan sehingga bentuk desain dan kualitas produk dapat terus terjaga karena dalam industri anyaman purun desain dan kualitas bahan baku sangat penting untuk mempertahankan pasar dan loyalitas pelanggan. Dalam hal produk, selalu berinovasi menciptakan produk-produk keluaran terbaru dan jenis-jenis penjualan dengan berbagai tipe, warna yang lengkap, desain kemasan yang menarik, dan tetap menjaga kualitas produk dan yang paling penting juga adalah Anyaman Anyaba Marabahan memberikan pelayanan khusus dengan pelanggan tetap untuk menjaga loyalitas konsumennya.

2. Harga (Price)

Menurut Tri Fatimah : “selain produk, manajemen harga menjadi salah satu kebijakan penting sebuah usaha yang akan mempengaruhi tingkat penjualan produknya. Penetapan harga jual merupakan salah satu hal penting di dalam manajemen harga. Pada prinsipnya, harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar”. Menurut penulis kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib penjualan di pasaran, upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga perlu dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi di pasaran sehingga harga penjualan Anyaman Anyaba Marabahan memang relatif lebih murah dari produk tas serupa. Dengan harga yang bersaing untuk produk yang serupa dan kualitas produk yang ditawarkan terjaga menyebabkan

penjualan selalu meningkat, terlebih pada hari libur dan menjelang hari besar. Menurut Ibu Ani sebagai pembeli bahwa “Saya membeli produk Anyaman Anyaba karena harga yang lebih murah dan kualitas dan desain produk juga bagus sehingga produk dan harga yang dilakukan usaha Anyaman Anyaba Marabahan dapat menarik minat konsumen diwujudkan dengan harga jual yang murah, sehingga usaha kecil menengah Anyaman Anyaba Marabahan penjualannya selalu meningkat”. Dengan kualitas yang ditawarkan serta kreativitas dan inovasi produk yang terus dilakukan serta harga yang relatif murah dari harga produk pesaing serta kestabilan harga yang tetap terjaga menjadikan konsumen tidak ragu lagi akan produk-produk yang ditawarkan menyebabkan konsumen banyak yang melakukan pembelian produk Anyaman Anyaba Marabahan yang merupakan satu dari tiga tempat untuk konsumen dapat menikmati produk-produknya.

### 3. Promosi (Promotion)

Promosi berkaitan dengan bagaimana cara mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk dikenal dan dibeli oleh masyarakat.

## D. Strategi marketing yang seharusnya digunakan pada Anyaman Anyaba Marabahan untuk meningkatkan penjualan produknya

### 1. Periklanan (Advertising)

Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan dengan berbagai macam cara diantaranya melalui media cetak seperti koran, brosur, media sosial dan internet. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ani bahwa untuk strategi periklanan sebaiknya usaha Anyaman Anyaba melakukan periklanan yang lebih gencar dengan menonjolkan segi seni tradisional warisan leluhur yang dikemas dengan disain modern pada iklan-iklan nya baik di media sosial dan lainnya sehingga konsumen merasa tertarik karena tidak banyak produk tradisional turun temurun yang dikemas dengan disain modern dengan warna yang menarik.

### 2. Promosi Penjualan (sales promotion)

Menurut Ibu Ani selaku Pembeli dan Pegawai Bank BPD Kalsel yang membantu pemasaran dan promosi Penjualan yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan sebaiknya pada waktu dan produk tertentu sekali-sekali perlu memberikan potongan harga dan bonus untuk setiap pembelian dalam jumlah yang besar kepada pelanggan yang datang atau sebagai pedagang yang ingin menjual lagi secara eceran kepada pembeli

### 3. Kerjasama Pemasaran

Dalam hal pemasaran, Menurut Ibu Ani "Anyaman Anyaba Marabahan juga perlu melakukan kegiatan kerjasama pemasaran dengan Bank BPD Kalsel, misalnya barang siapa belanja dengan Kartu Kredit Bank BPD Kalsel akan mendapatkan potongan harga 50% untuk produk Anyaman Anyaba".

Hal ini dibenarkan oleh Tri Fatimah sebagai pemilik saat ini mereka bekerjasama dengan BPD Kalsel dalam bidang pemasaran maupun permodalan serta terkadang mengikuti kegiatan pameran atau kegiatan daerah Kabupaten Barito Kuala lainnya.

#### 4. Penjualan Personal (Personal Selling)

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Ani, sebaiknya Anyaman Anyaba lebih meningkatkan Penjualan personal atau personal selling istilahnya, yaitu dengan cara melakukan strategi bauran pemasaran yang lebih baik mengenai penjualan khususnya pada media sosial yang mudah diakses dan viral saat ini sehingga penjualan jauh lebih luas

Hal ini dibenarkan oleh Tri Fatimah sebagai pemilik, bahwa : "saat ini mereka memasarkan produk melalui sosial media instagram, facebook maupun whats app maupun karyawan yang bertugas sebagai salesman dengan cara memberikan informasi tentang produk anyaman modern dan berkualitas yang dipasok oleh Anyaman Anyaba Marabahan dengan membagi brosur maupun gambar di media sosial untuk dilihat atau menginformasikan kepada konsumen atau masyarakat yang lewat di depan toko mereka, dengan memperkenalkan produk-produk terbaru".

Selain itu menurut Tri Fatimah : "penjualan personal lainnya juga dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran yang diadakan Pemerintah Daerah dengan membawa beberapa jenis produk untuk diperkenalkan kepada konsumen dengan mengikuti pameran dan cara kanvasing dengan melakukan pemasaran ke luar kota Marabahan ataupun pasar-pasar yang ada di Kota Banjarmasin dan sekitarnya".

#### 5. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Menurut Ibu Ani: "Anyaba perlu juga dilakukan pemasaran langsung yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan yaitu dilakukan melalui SMS, whats app, melalui internet dengan membuat akun resmi facebook dan media sosial lainnya dari Anyaman Anyaba Marabahan dan situs internet, beberapa promosi lainnya yang telah dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan diantaranya yaitu dengan mengikuti pameran-pameran, membuat promosi, yang dilaksanakan di Anyaman Anyaba Marabahan sehingga dari setiap promosi-promosi yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan di atas terdapat banyak konsumen yang melakukan pembelian".

## 6. Tempat/Distribusi (Place)

Menurut Ibu Ani : “untuk meningkatkan penjualan Anyaman Anyaba Marabahan selain gencar memasarkan produk secara online juga sebaiknya mencari tempat usaha strategis untuk dijadikan semacam toko atau galeri agar pelanggan bisa memilih langsung dan bisa menilai kualitas barang, sehingga lebih jelas dari sekedar gambar di media sosial, dan sebaiknya konsumen yang jadi sasaran adalah konsumen menengah kebawah yang peduli dengan penampilan namun dengan biaya yang lebih murah, sehingga dengan mendapatkan tempat yang strategis diharapkan konsumen dapat lebih mudah untuk memperoleh ataupun melakukan pembelian produk Anyaman Anyaba Marabahan”.

Strategi yang sebaiknya dilakukan oleh Anyaman Anyaba yang disarankan Ibu Ani, Pegawai BPD Kalsel yang khusus menangani kerjasama dengan UKM diatas menurut Tri Fatimah sebagai pemilik usaha :cukup menarik dan dirinya akan segera menerapkannya karena menurutnya Ibu Ani sudah memiliki pengalaman dengan UKM lain sebelumnya dalam bidang pemasaran dimana rata-rata Usaha Kecil Menengah (UKM) tersebut meningkat penjualan produknya setelah mendapat nasehat dari Ibu Ani tentunya dirinya selain meningkatkan promosi juga memperbaiki rancangan produk yang sudah ada dengan menysasar warga menengah ke bawah dengan menawarkan produk ke pasar-pasar tradisional di daerah terpencil dan pentingnya lebih menggiatkan promosi yang penting dilakukan juga adalah promosi melalui media seperti televisi, dan surat kabar dan media sosial”.

Anyaman Anyaba Marabahan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. memberikan serta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan inovasi dan kreasi produk yang terus dilakukan oleh usaha secara maksimal, sehingga selain peningkatan promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh Anyaman Anyaba Marabahan salah satu aspek penting yang mendukung peningkatan penjualan adalah perlunya pelatihan terhadap karyawan Anyaman Anyaba Marabahan tentang pentingnya menjaga kualitas produk agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan.

## 2. Pembahasan

### A. Strategi marketing yang digunakan Anyaman Anyaba Marabahan yang dijalankan selama ini

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi marketing yang digunakan Anyaman Anyaba Marabahan yang dijalankan selama ini adalah dengan memelihara

kualitas produk dan terus berinovasi untuk membuat desain produk yang menarik dan bekerjasama dengan instansi ataupun pihak lain untuk memasarkan produk baru dengan, tipe, warna dan desain dan kemasan yang menarik dan berubah sesuai kebutuhan pasar serta harga yang ditawarkan relatif lebih murah karena menyasar masyarakat menengah kebawah namun dengan kualitas baik dengan standar nasional, namun juga memberikan diskon pada produk-produk tertentu pada hari-hari tertentu untuk menarik pelanggan.

Hasil ini selaras dengan pendapat Kotler bahwa strategi pemasaran merupakan sebuah rencana yang memungkinkan perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya untuk mencapai tujuan pemasaran dan perusahaannya (Wibowo, 2015).

Strategi pemasaran ini sesuai dengan pendapat Tull dan Kahle yang mendefinisikan strategi pemasaran yakni sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran yang bersangkutan (Fandy Tjiptono, 2016).

Selain itu menurut penelitian Sahla bahwa dalam melakukan strategi pemasaran hal yang perlu diperhatikan yakni etika (akhlak). Sebagai pemasar tentu harus berpegang teguh pada syariat Islam dan meninggalkan larangan-larangan yang dapat merugikan. Sikap jujur, amanah, dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang curang perlu diteguhkan dalam hati agar usaha yang dijalankan mendapat berkah (Setyaningsih, 2020).

Dalam mencapai strategi pemasaran diperlukan sebuah alat yang disebut Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Menurut Kotler (2015), menjelaskan bauran pemasaran merupakan sebuah alat pemasaran yang baik yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang kemudian dikombinasikan untuk menghasilkan respon yang diinginkan (Zainurossalamia, 2020).

Sehingga berdasarkan uraian dan hasil penelitian sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan bahwa Anyaman Anyaba Marabahan telah menerapkan prinsip-prinsip bauran pemasaran 4P dalam strategi untuk meningkatkan penjualannya.

**B. Strategi Pemasaran yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan penjualan pada Anyaman Anyaba Marabahan.**

Strategi marketing yang seharusnya digunakan pada Anyaman Anyaba Marabahan untuk meningkatkan penjualannya selain strategi yang sudah berjalan perlu adanya penambahan aspek Promosi kepada pembeli yang sudah datang

dengan memberikan potongan harga, dari aspek tempat Anyaman Anyaba Marabahan berusaha mencari tempat yang terletak di daerah yang sangat strategis dan mudah dikunjungi masyarakat Kota Marabahan namun perlu juga dipikirkan untuk menambah cabang baru di Kota Banjarmasin dan tempat lain di sekitarnya.

Hasil ini juga sesuai dengan studi yang dilakukan tentang strategi pemasaran pada UKM seperti penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2015) yang berjudul "Penerapan Strategi Pemasaran pada Sektor UMKM dengan mengambil studi kasus pada Batik Diajeng Solo" yang menunjukkan bahwa dengan penerapan strategi yang tepat, yakni dengan memilih segmentasi pasar dan menggunakan kombinasi bauran pemasaran yang sesuai, seperti penetapan harga yang sesuai, proses distribusi baik langsung maupun tidak langsung, termasuk distribusi online maka diperoleh kinerja produk Batik Diajeng Solo meningkat sebesar 9.1% ditahun 2013 dan 59% ditahun 2014.

Berdasarkan hasil ini, bahwa terdapat strategi yang belum pernah dilakukan oleh Anyaman Anyaba yakni dengan menerapkan pemasaran online yang lebih kuat, sehingga penjualan online ini juga bisa menjadi saran bagi pemilik Anyaman Anyaba agar pemasaran yang dilakukan tersebar luas.

Studi lainya yakni Dalam penelitian yang ditulis oleh Afriantoni (2020) dalam jurnalnya yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Unilever Indonesia, Tbk", menjelaskan bahwa dalam strategi pemasaran PT. Unilever Indonesia, Tbk menerapkan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Strategi produk PT. Unilever Indonesia, Tbk, menerapkan strategi diversifikasi produk dan strategi diferensiasi produk. Dengan diterapkannya diversifikasi produk, konsumen mampu memilih barang yang sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian ada strategi diferensiasi produk, dimana produk unilever ini lebih mudah diingat oleh konsumen dari segi kualitas dan harga. Untuk strategi harga PT. Unilever Indonesia, Tbk menerapkan strategi harga rendah namun tetap mengedapankan kualitas terjamin. Untuk strategi distribusi PT. Unilever Indonesia, Tbk menyalurkan produknya melalui agen pedagang besar dan kemudian merambah ke pengecer.

Dan terakhir yaitu strategi promosi dengan melakukan iklan, promosi penjualan, penjualan personal, penjualan langsung, dan terakhir dengan pembuatan website. Dengan penerapan strategi bauran pemasaran ini menjadikan PT Unilever Indonesia, Tbk ini berhasil menguasai pangsa pasar. (Afriantoni, 2020). Dalam

penelitian ini strategi pemasaran yang digunakan ini sama yakni dengan menerapkan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi. Strategi yang belum diterapkan di UKM Anyaba Marabahan yakni dalam menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook, maupun instagram. Kebanyakan dari mereka lebih suka berjualan langsung secara online.

Adanya keengganan dan kurang maksimalnya menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya. padahal dengan menggunakan media sosial dapat lebih luas memasarkan produk yang dipasarkan. Dengan penerapan strategi promosi online menggunakan media sosial, harga yang lebih murah dan membuka lebih banyak cabang penulis yakin bahwa penjualan anyaman Anyaba Marabahan maka penjualan akan lebih meningkat bila diterapkan dengan sungguh-sungguh dan memperhatikan aspek-aspek teori bauran pemasaran (marketing mix).

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

1. Strategi marketing yang digunakan Anyaman Anyaba Marabahan yang dijalankan selama ini adalah dengan memelihara kualitas produk dan terus berinovasi untuk bekerjasama dengan instansi terkait atau pihak lain dengan produk baru dengan, tipe, warna dan desain kemasan yang menarik dan berubah sesuai kebutuhan pasar serta harga yang ditawarkan relatif lebih murah karena menasar kaum muda yang ingin tampil trendy dengan biaya murah serta ada potongan diskon pada produk-produk tertentu pada hari-hari tertentu untuk menarik pelanggan.
2. Strategi marketing yang seharusnya digunakan pada Anyaman Anyaba Marabahan untuk meningkatkan penjualan produknya selain strategi yang sudah berjalan perlu adanya penambahan aspek promosi kepada pembeli yang sudah datang untuk membeli di tempat dengan memberikan potongan harga, dari aspek tempat Anyaman Anyaba Marabahan yang terletak di lokasi yang strategis dan mudah dikunjungi pembeli namun perlu juga dipikirkan untuk menambah cabang baru di tempat lain seperti Kota Banjarmasin dan sekitarnya

### **B. Saran-saran**

Dari beberapa kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang mempunyai kompetensi dengan hasil penelitian ini dengan uraian sebagai berikut :

1. Diharapkan bagi pihak Anyaman Anyaba Marabahan untuk lebih memperhatikan dan memahami lagi tentang strategi marketing yang mencakup aspek produk, harga, promosi dan tempat.
2. Diharapkan kepada pihak Dinas Perindustrian Kabupaten Barito Kuala dapat memberikan bantuan teknis dan permodalan pada Anyaman Anyaba Marabahan dalam memasarkan produknya serta meningkatkan kualitas produk melalui inovasi dan teknik desain terbaru yang sesuai dengan karakteristik kaum millennial dan masyarakat Propinsi Kalimantan Selatan.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi pada penelitian berikutnya yang ingin mengadakan riset serupa dengan penelitian penulis, demi untuk menemukan kesempurnaan secara ilmiah tentang strategi marketing.

## **REFERENSI**

### **Buku**

- Afriantoni, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan PADA PT. Unilever Indonesia, Tbk. Citra Ekonomi, 1(2), 90–100.
- Alma, Buchari. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPF.
- Barthos, Basir, 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Suatu Pendekatan Makro. Jakarta : Bumi Aksara.
- Basu Swastha dan Irawan. 2018. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta
- Handoko, T. Hani, 2017. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Edisi 2. Yogyakarta : BREE.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016.
- Kotler, Philip, (2015), Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Armstrong (2018), Marketing Mix, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Garvin, Fred R. David, dan Wheelan- Hunger. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Manullang, M., 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Maryoto, Susilo, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPF.
- Nasution. 2018. Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis
- Nitisemito, Alex S., 2014. Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Ialam Kalimantan (UNISKA) M A B Al- Banjari Jurusan Manajemen, Banjarmasin, 2023.

- Saida, Zainurossalamia. 2020. Manajemen Pemasaran. Lombok: Forum Pemuda Aswaja
- Setyaningsih. 2020. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana
- Siagian, Sondang P., 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Thoha, Miftah, 2016. Perilaku Organisasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2016. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- Wibowo, Dimas Hendika.2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo).Fakultas Ilmu Administrasi,Universitas Brawijaya Malang
- Yazid, 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. ,Edisi Revisi Bandung: Remaja Rosdakarya.

#### **Internet**

<https://www.tokopedia.com/anyamanbahalap/kotak-souvenir-berbahan-dasar-purun-tikus-khas-batola-umkm-binaanadaro-kuning?extParam=whid%3D14457281>

#### **Wawancara**

Ibu Barkati, selaku orang tua Tri Fatimah Pemilik Anyaman Anyaba saat ini, Rabu, tanggal 03 Mei Jam 14: 21 WITA

Tri Fatimah Pemilik Anyaman Anyaba saat ini, Rabu, tanggal 03 Mei Jam 13:25 WITA

Ibu Ani, Petugas Pembina UKM dari BPD Kalsel Marabahan yang kebetulan datang ke Toko Anyaba Marabahan saat penelitian dilakukan, Rabu tanggal 03 Mei Jam 14:23 WITA