

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerajinan Tangan

Kerajinan tangan adalah kegiatan menciptakan suatu produk atau barang yang dilakukan oleh tangan dan memiliki fungsi pakai atau keindahan sehingga memiliki nilai jual yang tinggi. Apalagi kerajinan tangan dari benang wol bisa dibuat menjadi tas, boneka, shal dan kerajinan tangan lainnya. Dimana hasil kerajinan tangan ini digunakan sebagai *Mercedise* untuk nasabah lembaga keuangan syariah.¹

Untuk membuat sebuah kerajinan tentunya kita membutuhkan sebuah Tali Kur. Ada banyak tali kur diluar sana yang harus kita sesuaikan dengan proyek kerajinan yang akan kita buat untuk membuat *Merchandise* tentunya membutuhkan tali kur yang halus dan tidak tipis.

Pada pembuatan *Merchandise ini* saya menggunakan Tali Kur sebagai bahan utamanya. Dimana Tali Kur adalah Tali yang paling populer dan banyak digunakan untuk membuat kerajinan tangan. Terbuat dari bahan Alami, Tali Kur memiliki tekstur lembut, tipis dan memiliki varian banyak warna.

¹Timbul Raharjo, “*Seni Kriya Dan Kerajinan,*” Yogyakarta: Nuansa Cendekia, 2011.h 11.

B. Merchandise

Merchandise ialah jenis produk yang ditunjukkan untuk umum agar dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu bentuk hadiah yang sering kali digunakan oleh sejumlah pihak saat sedang mengadakan sebuah acara maupun event untuk menarik minat pengunjung dan memeriakannya.²Tidak hanya itu, Merchandise juga suatu kegiatan perencanaan dan pengendalian dalam pembelian dan penjualan barangatau jasa guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³

Adapun fungsi Merchandise yaitu: Merchandise dapat menjadi branding produk bagi perusahaan, sebagai tanda terima kasih dalam suatu moment atau peristiwa tertentu, sebagai daya tarik konsumen terhadap produk perusahaan, sebagai media pembeda dengan perusahaan lainnya.

C. Koperasi

Koperasi adalah organisasi yang dimiliki dan di operasikan oleh orang-seorangan demi kepentingan bersama. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomo rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.

² Widya Cristina, *Manajemen Barang dagangan dalam bisnis ritel*, Malang: Bayu Media. 2017, h 17

³Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Gramedia, 2008, h 21Maharani,

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas kekeluargaan”. Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK No.27.

peraturan menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah Republik Indonesia Nomor 12/Per/M.KUKM/IX/2015 Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang, seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan, sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. Koperasi didirikan dan melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab sosial dan peduli terhadap orang lain.⁴

Kemitraan usaha adalah kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah (perusahaan mitra) dibawah pembinaan dan pengembangan pengusaha besar ,sehingga saling

⁴Agus Bambang Sumantri, *Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI, 2017 . h 25.

membutuhkan dan saling menguntungkan.⁵Kemitraan adalah strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu, berdasarkan prinsip saling membutuhkan dan saling mendukung, untuk mencapai keuntungan bersama. Dalam kondisi yang ideal, tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan yaitu:

1. Meningkatkan usaha kecil dan masyarakat.
2. Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan.
3. Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil.
4. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional.
5. Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.
6. Memperluas lapangan pekerjaan.⁶

Menurut para ahli kemitraan adalah hubungan antara dua belah pihak atau lebih yang bertujuan untuk mencari keuntungan dimana suatu pihak berada dalam kondisi yang lebih rendah dari yang lainnya namun membentuk suatu hubngann yang mendudukan keduanya berdasarkan kata

⁵Jeane Neltje Saly, *Usaha Kecil Penanaman Modal Asing Dalam Peresfektif Pandangan Internasional* , Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2005, h 23.

⁶Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha*, 2000.h 7.

sepakat untuk mencapai suatu tujuan. Pola kemitraan usaha terampil dalam membangun guna kesejahteraan rakyat.⁷

Hubungan kemitraan antara perusahaan kecil dengan menengah/besar dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 29 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil, menyebutkan:”Hubungan kemitraan dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis yang sekurang –kurangnya mengatur bentuk dan lingkup kegiatan usaha kemitraan, hak dan kewajiban masing-masing pihak, bentuk pembinaan dan pengembangan serta jangka waktu dan penyelesaian perselisihan”.

Kunci keberhasilan memberikan peluang untuk meningkatkan peran usaha kecil adalah melalui program kemitraan dimana pemerintah Indonesia dalam hal ini presiden telah merencanakan program kemitraan pada tanggal 14 Januari 1991. Program kemitraan melalui bapak angkat dan mitra usaha tersebut mengatur hubungan kerjasama keterkaitan antara usaha besar dan usaha menengah dengan usaha kecil.⁸

⁷Saly, *Usaha Kecil Penanaman Modal Asing Dalam Perespektif Pandangan Internasional*. h13.

⁸James and Akrasana, *Aspek-Aspek Financial Usaha Kecil Dan Menengah* Jakarta: LP3ES, 1993. h 112.

D. Pemasaran Melalui Mitra Usaha Koperasi

Didalam pemasaran ada beberapa strategi pemasaran yang berpeluang untuk menjangkau konsumen yakni termasuk kedalam strategi promosi, promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk menyebarluaskan atau memberitahu serta menawarkan produk atau jasa yang bertujuan menarik konsumen, promosi dikemas dalam 2 macam bentuk yakni promosi langsung dan promosi secara tidak langsung, promosi langsung dilakukan secara langsung oleh perusahaan dengan bertatap muka langsung melalui perkataan, hingga tersebar dari mulut ke mulut masyarakat, hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yakni meningkatkan angka penjualan.

Kemudian ada pula bentuk promosi secara tidak langsung atau melalui media perantara, yang kita kenal dengan media sosial, media sosial ini memuat semua bentuk aplikasi *online* seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Tidak hanya mengandalkan situs aplikasi pribadi, promosi dapat dilakukan dengan menjalin mitra kepada lembaga yang memiliki cakupan pasar yang cukup luas, yakni lembaga Koperasi Konsumen Al Muawanah Syariah.

Lembaga Koperasi Konsumen Al Muawanah Syariah yang sebelumnya bernama Baitul Mal Wa Tamwil, lembaga yang berdiri pada tahun 1983 yang berkembang seiring dengan perubahan IAIN NEGERI BENGKULU menjadi STAIN

BENGGKULU dulu, merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai penerima dan penyalur uang simpanan dalam bentuk tabungan wadiah dan berbagai macam bentuk pengelolaan simpanan berbasis syariah. Dalam lembaga koperasi ini memiliki sebuah *website* yang berguna sebagai media untuk mempromosikan produk-produk yang tersedia dalam lembaga Koperasi Konsumen Al Muawanah Syariah dengan begitu produk mereka lebih cepat tersebar ke jangkauan yang sangat luas.

Strategi promosi yang dilakukan melalui *website* Koperasi Konsumen Al Muawanah Syariah ini merupakan strategi yang dapat memperluas jangkauan pasar, dan dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan produk. Hubungan kerja sama antara produsen dan lembaga ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan uinversitas untuk memberikan wadah kepada mahasiswa agar dapat menciptakan inovasi baru sehingga menghasilkan sebuah karya produk atau jasa yang memiliki nilai jual tinggi.