



**STRATEGI PEMASARAN BATIK LABAKO UD.BINTANG TIMUR DI
DESA SUMBERPAKEM KECAMATAN SUMBERJAMBE
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

**Hayik Heditullah
120210301078**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2017**



**STRATEGI PEMASARAN BATIK LABAKO UD. BINTANG TIMUR DI
DESA SUMBERPAKEM KECAMATAN SUMBERJAMBE
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan.

Oleh:

**Hayik Heditullah
NIM 120210301078**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat dan hidayah-Nya, dan sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Esin Fauzi dan Ibunda Hosniyah atas segala ketulusan cinta, kasih sayang, arahan, dukungan, pengorbanan dan do'a yang tiada henti. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, umur panjang, serta Allah membalas dengan surga-Nya;
2. Bapak/Ibu Guru SDN Sumberdanti 02, MTsN Sukowono, dan SMAN 5 Jember, dan juga Bapak/Ibu Dosenku tercinta di Pendidikan Ekonomi – Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan – Universitas Jember, serta semua orang yang telah dengan tulus memberikan ilmunya dengan keikhlasan dan tanpa pamrih.
3. Seluruh teman-teman yang selalu mengingatkan, memberi semangat akan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.
4. Almamater Pendidikan Ekonomi – FKIP – Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rejeki*)

Diakui atau tidak oleh orang lain, kebaikan tetap saja kebaikan. Tak akan pernah ada kebaikan yang sia-sia. Waktu akan selalu memberi pembuktiannya. **)

Tidak penting apapun agama atau sukumu kalau kamu bisa melakukan sesuatu yang baik untuk semua orang, orang tidak pernah tanya apa agamamu. ***)

*) HR. Ibrahim Al- Harbi

**) Mahfud MD

***) KH. Abdur Rahman Wahid (Gus Dur)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hayik Heditullah

NIM : 120210301078

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 28 April 2017

Yang menyatakan,

Hayik Heditullah
NIM 120210301078

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN BATIK LABAKO UD. BINTANG TIMUR DI
DESA SUMBERPAKEM KECAMATAN SUMBERJAMBE
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata
Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi
pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan

Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Hayik Heditullah
NIM : 120210301078
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2012
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 06 Mei 1993

Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Retna Ngesti S, M.P

Drs. Sukidin, M.Pd

NIP. 19670715 199403 2 004

NIP. 19660323 199301 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : 28 April 2017

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Anggota I

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

Anggota II

Titin Kartini, S.pd, M.pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Drs. Dafik, M. Sc, Ph. D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Hayik Heditullah, 120210301078; 2017; 39 Halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Perusahaan melakukan strategi pemasaran akan suatu produk tentu membutuhkan promosi untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumennya, promosi itu sendiri merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Suatu usaha atau perusahaan jika ingin mencapai tingkat penjualan yang maksimal, tentu memakai beberapa macam promosi penjualan, Namun dari semua hal yang diharapkan dari promosi, perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan oleh kegiatan promosi itu dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan dan sampai sejauh mana promosi itu dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan utama pada penelitian ini adalah pemilik dan karyawan UD. Bintang Timur sedangkan informan tambahan pada penelitian ini adalah pembeli atau pelanggan dari UD. Bintang Timur. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumen dan observasi. Analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian yang diperoleh dari strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan UD. Bintang Timur yang berada di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Dalam menjual atau memasarkan

produk Batik Labako, perusahaan ini menggunakan strategi pemasaran dengan berfokus pada promotion atau promosi, yang didalamnya berhubungan dengan periklanan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi. Pertama pada proses iklan tersebut digunakan dua macam media yaitu, menggunakan media brosur yang di sebar atau diberikan kepada masyarakat secara gratis, dan melalui media kartu nama yang diberikan kepada pembeli atau calon pembeli secara langsung ditoko UD. Bintang Timur. Kedua promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan ini melalui pameran dagang, display produk, potongan pembelian. Dan yang ketiga penjualan pribadi yang dilakukan dengan memajang produk batiknya secara rapi dalam etalase yang berada ditoko UD. Bintang Timur.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Batik Labako UD.Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember”**. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M. Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dra. Retna Ngesti S, MP selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Sukidin, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi, serta Titin Kartini, S.Pd,M.Pd selaku dosen penguji I dan Drs. Joko Widodo, M. M selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
6. Pemilik dan juga Karyawan UD. Bintang Timur yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini;

7. Kakak, Adik dan semua Saudara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu mengingatkan untuk tetap semangat hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku yang bersedia menjadi tempat bercurah hati dan selalu memberikan semangat dan bantuan setulus hati memberi motivasi saat sebelum seminar proposal hingga ujian skripsi;
9. Semua teman - teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2012 yang senasib dan seperjuangan;
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 28 April 2017

Penulis

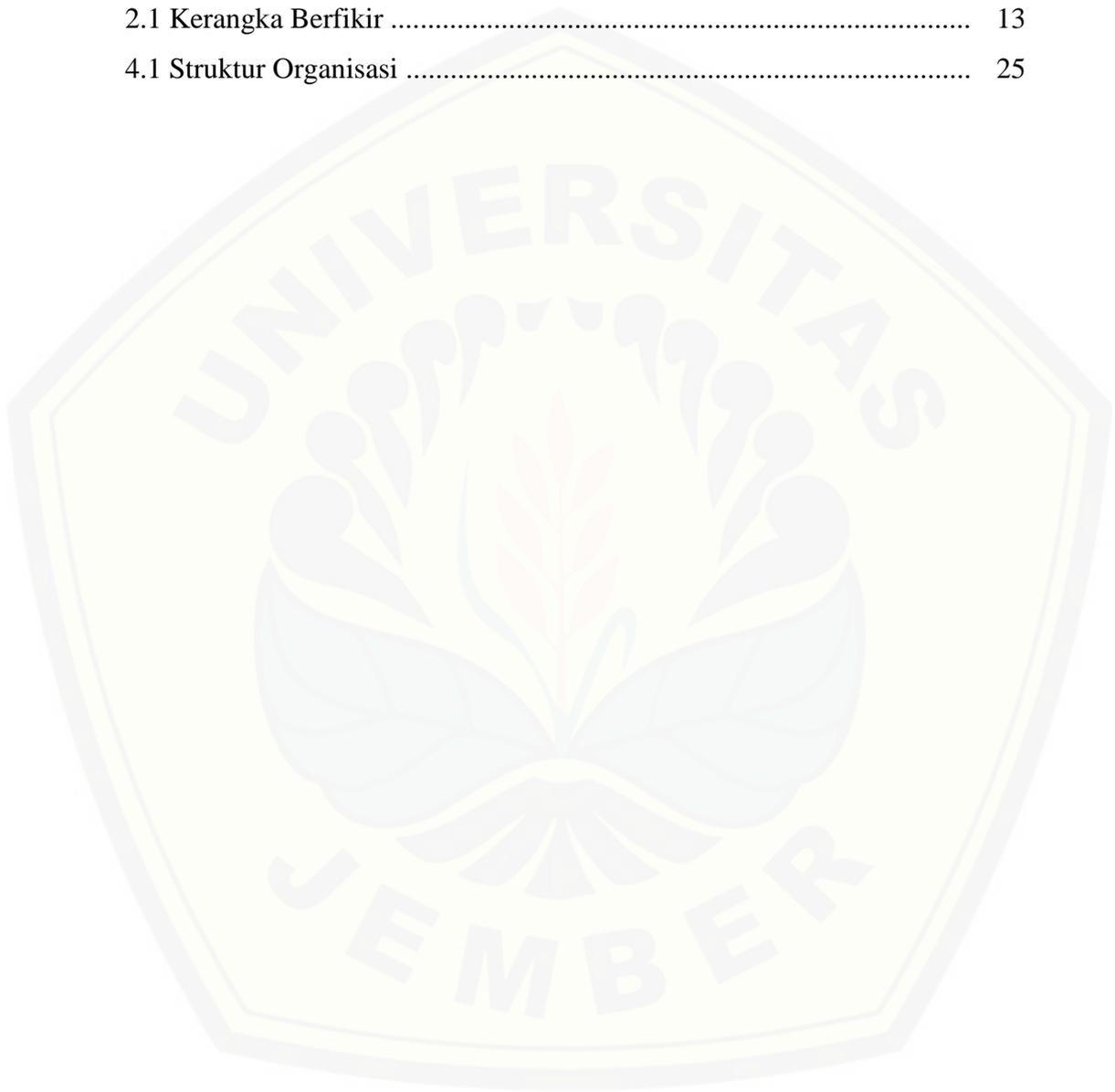
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN 1	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Strategi Pemasaran	6
a. Iklan	7
b. Promosi Penjualan	8
c. Penjualan Pribadi	9
2.3 Batik	10
2.4 Peran Strategi Promosi Penjualan Pada Batik Labako	12
2.5 Kerangka Berpikir Penelitian	13

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Rancangan Penelitian	15
3.2 Penentuan Lokasi Penelitian	15
3.3 Informan Penelitian	16
3.4 Definisi Operasional Konsep	16
3.5 Sumber Data	17
3.6 Metode Pengumpulan Data	18
3.7 Analisis Data	19
3.8 Pengecekan Data	20
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	22
4.1.1 Sejarah dan Profil UD. Bintang Timur	22
4.2.2 Visi dan Misi UD. Bintang Timur	24
4.2.3 Struktur Organisasi	25
4.2 Hasil Penelitian	27
4.2.1 Perintisan Strategi Pemasaran UD. Bintang Timur	27
4.2.2 Promosi Batik Labako UD. Bintang Timur	28
a. Iklan	28
b. Promosi Penjualan	31
c. Penjualan Pribadi	33
4.3 Pembahasan	35
4.3.1 Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur	35
4.3.2 Promosi Batik Labako UD. Bintang Timur	35
a. Iklan	35
b. Promosi Penjualan	36
c. Penjualan Pribadi	37
BAB 5 PENUTUP.....	38
5.1 Kesimpulan	38
5.2 Saran	38
Daftar Bacaan	39
Lampiran-lampiran	41

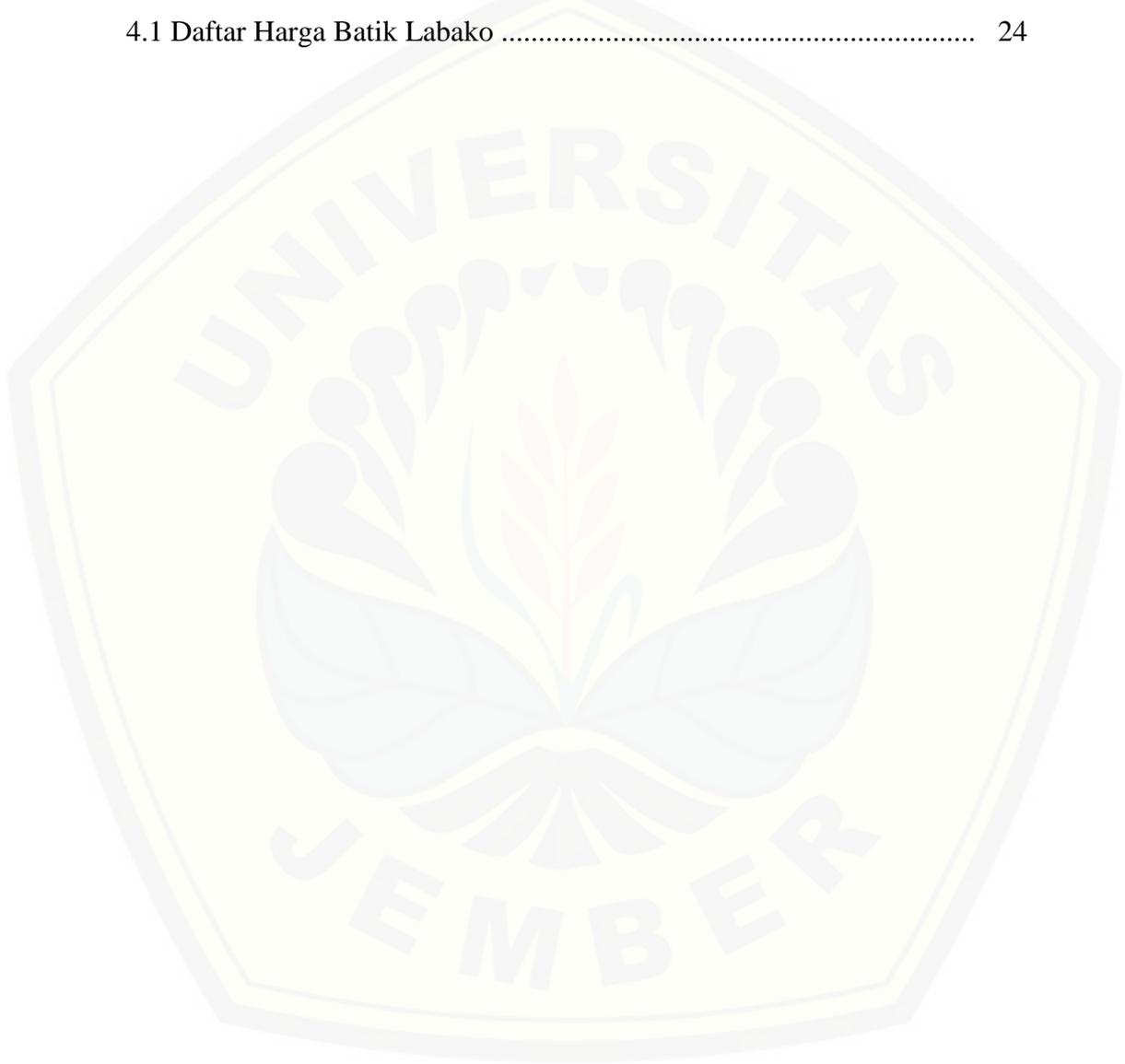
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir	13
4.1 Struktur Organisasi	25



DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perkembangan Produksi Batik Labako UD. Bintang Timur	24
4.1 Daftar Harga Batik Labako	24



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Matrik Penelitian	42
Lampiran B. Pedoman Penelitian	43
Lampiran C. Pedoman Wawancara	44
Lampiran D. Transkrip Wawancara	49
Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan Penelitian	62
Lampiran F. Surat Penelitian	67
Lampiran G. Lembar Konsultasi pembimbing I	68
Lampiran H. Lembar Konsultasi pembimbing II	69
Lampiran I. Daftar Riwayat Hidup	70

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat atau konsumen. Tetapi pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha dewasa ini. Perusahaan yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, untuk itu kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang, dengan tujuan mencapai tingkat penjualan produk atau jasa yang maksimal.

Perusahaan melakukan pemasaran suatu produk tentu membutuhkan promosi untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumennya, promosi itu sendiri merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (kotler dan amstrong, 2004:78). Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Suatu usaha jika ingin mencapai tingkat penjualan yang maksimal, perusahaan dapat memakai beberapa macam promosi penjualan, Namun dari semua hal yang diharapkan dari promosi, perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan oleh kegiatan promosi itu dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan dan sampai sejauh mana promosi itu dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Efektivitas promosi juga sangat tergantung dari pemilihan bentuk promosi yang diperlukan terhadap produk yang dipasarkannya. Suatu jenis produk tertentu memerlukan bentuk promosi tertentu pula, dengan kata lain tidak semua bentuk promosi dapat cocok dan menjamin keberhasilan promosi tersebut apabila tidak sesuai dengan kondisi yang dimiliki oleh suatu produk. Oleh karena itu, harus dicari suatu bentuk promosi yang sesuai dengan kondisi suatu produk yang akan dipromosikan terhadap barang yang dipasarkan dalam bentuk barang maupun jasa.

Seperti halnya UD. Bintang Timur yang bertempat di Jl. Raung No. 30 Sumberpakem, Sumberjambe Kabupaten Jember – Jawa Timur, perusahaan ini bergerak dibidang konveksi yang menghasilkan Batik khas Kabupaten Jember yaitu Batik Labako. Batik Labako tersebut merupakan simbol Kabupaten Jember sebagai Kota Tembakau sehingga Batiknya pun bermotif menyerupai daun tembakau, Batik itu sendiri merupakan pakaian khas dari masyarakat Indonesia, dan oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai warisan budaya dunia (www.id.wikipedia.org/wiki/batik). Di Kota Jember saat ini pula Batik Labako sangat digemari oleh masyarakat Jember khususnya dan merupakan aset bagi Kabupaten Jember yang memberikan input bagi masyarakat produsen. Perusahaan dalam hal ini mampu menciptakan daya saing starategis yang berkelanjutan, salah satunya yaitu melalui strategi promosi penjualan yang akan digunakan oleh perusahaan. Strategi promosi penjualan yang diterapkan mengarahkan perusahaan dalam menetapkan keputusan-keputusan yang dianggap tepat bagi perusahaan. Dalam melakukan promosi penjualannya UD. Bintang Timur menawarkan kepada konsumennya dengan beberapa jenis produk kain batik yang diproduksi, diantaranya yaitu kain berbahan Katun dan kain berbahan Sutera. Untuk harga yang ditawarkanpun juga bervariasi, selain menyesuaikan jenis kain, juga menyesuaikan desain batik atas permintaan konsumen. Omset penjualan setiap bulannya UD. Bintang Timur memenuhi pesannya sekitar 20 sampai 100 lembar perbulannya.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa untuk menjual produknya UD. Bintang Timur melakukan promosi penjualan produk

batik dengan beberapa cara atau strategi yang diantaranya; melalui iklan dengan media elektronik maupun cetak seperti radio dan majalah atau koran, produsen melakukan tatap muka dengan konsumen pada saat menawarkan produk, produsen memberikan diskon harga ataupun paket harga kepada konsumen.

Dalam menjalankan bisnisnya UD. Bintang Timur memiliki pesaing yang dapat menjadi ancaman. Ancaman yang terjadi muncul karena adanya persaingan produk dari perusahaan sejenis sehingga menyebabkan konsumen dapat berpindah pada perusahaan lain. Pesaing UD. Bintang Timur ini adalah Rumah Batik Rolla yang berada di Jl. Mawar No.75 Jemberlor, Patrang, Kabupaten Jember – Jawa Timur. Perusahaan tersebut juga memproduksi batik tulis dan juga diuntungkan dengan lokasi perusahaan yang berdekatan dengan pusat kota sehingga besar kemungkinan untuk menjual atau memasarkan produknya lebih mudah dilakukan. Dengan demikian, industri Batik Labako UD. Bintang Timur ini dituntut untuk meningkatkan strategi penjualan yang lebih optimal agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga usaha ini tidak kalah bersaing di pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini mengenai “Bagaimana strategi pemasaran batik labako yang dilakukan oleh UD. Bintang Timur?”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilakukan adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran batik labako yang dilakukan UD. Bintang Timur.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti
Dapat menambah pengetahuan baru serta wawasan dibidang pemasaran yang dilakukan oleh UD. Bintang Timur
2. Bagi perguruan tinggi
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai refrensi kepustakaan Universitas Jember tentang pemasaran produk batik.
3. Bagi peneliti lain
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai refrensi dan perbandingan penelitian yang sejenis.
4. Bagi perusahaan UD. Bintang Timur
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan pada UD. Bintang Timur mengenai strategi pemasaran produk batik Labako.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang beberapa teori yang menjadi dasar teori yang di gunakan dalam penelitian yang meliputi: Penelitian Terdahulu, Strategi Pemasaran, Batik, Peran Strategi Pemasaran Pada Batik Labako, Kerangka Berpikir Penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan, peneliti mengutip hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi penjualan. Peneliti mengutip penelitian sejenis yang dijadikan sebagai acuan dalam menyusun hasil penelitian.

Penelitian tersebut dilakukan oleh Dian Indah Arini pada tahun 2011 dengan judul Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla Di Jember Dalam Menarik Minat Konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dian Indah Arini dengan penelitian sekarang adalah meneliti pada produk batik dan indikator penelitian Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang terletak pada variabel yang diteliti, peneliti terdahulu mendeskripsikan tentang bauran promosi pada produk batik dalam menarik minat konsumen, sedangkan penelitian sekarang mendeskripsikan tentang strategi pemasaran pada produk batik. Adapun hasil penelitian terdahulu ini, bauran promosi dilakukan dengan cara seperti: periklanan dan promosi penjualan.

Penelitian yang dilakukan Siska Nindia yang berjudul Implementasi Bauran Promosi Sebagai Salah Satu Cara Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Columindo Perdana Sub Cabang Jember. Dalam penelitian ini, perusahaan tersebut menggunakan bauran promosi secara keseluruhan yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Persamaan penelitian yang dilakukan Siska Nindia dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan indikator

penelitian terdapat juga iklan, promosi penjualan dan penjualan pribadi. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini terletak pada obyek yang diteliti, peneliti terdahulu meneliti tentang produk perusahaan yang bergerak dibidang elektronik, sedangkan penelitian ini meneliti perusahaan yang bergerak dibidang konveksi yaitu pada produk batik.

2.2 Strategi Pemasaran

Membahas mengenai strategi pemasaran, semua perusahaan tentu melakukan promosi untuk memasarkan atau menjual produknya. Menurut Kotler (2008:6) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Downey (2000:3) pemasaran di definisikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisik dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara sampai ke tangan konsumen. Sedangkan penjualan menurut Kertajaya (2006:15) mengemukakan bahwa penjualan merupakan bagaimana menciptakan hubungan dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan, selling berarti sebuah taktik yang dapat mengintegrasikan perusahaan, pelanggan, dan relasi antara keduanya. Sedangkan menurut Basu Swasta (2001;1) dalam bukunya Manajemen Penjualan edisi ketiga, yaitu: menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran merupakan perencanaan yang berorientasi kepada hasil jangka panjang berdasarkan produk-produk baru dan tekanannya pada keinginan dan kebutuhan konsumen sedangkan penjualan, perusahaan pertama-tama membuat produk kemudian bagaimana menjualnya dan perencanaannya berorientasi jangka pendek berdasarkan produk atau pasar.

Membahas mengenai bauran pemasaran, menurut kotler dan amstrong (2008:58) bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang

dikendalikan 4P *product* atau produk, *price* atau harga, *place* atau tempat dan *promotion* atau promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan dalam pasar sasaran. Berdasarkan hal tersebut, pada penelitian ini akan berfokus pada satu unsur pemasaran yaitu strategi promosi penjualan (*promotion*). Promosi sebenarnya merupakan alat komunikasi perusahaan untuk menjual produknya, suatu perusahaan memerlukan promosi guna menunjang proses pertukaran produk dari tangan produsen ke konsumen. Menurut Swasta dan Irawan (2002:349), promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Dalam melakukan pemasaran suatu perusahaan tentunya harus jeli dalam hal melakukan strategi promosi, menurut Kotler dan Amstrong (2003:174), strategi promosi dapat dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat. Tetapi berdasarkan observasi awal pada penelitian ini, indikator promosi hanya akan dibahas mengenai iklan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Iklan

Iklan merupakan salah satu komunikasi kepada para konsumen, menurut Kotler dan Amstrong (2003:174) menyatakan bahwa periklanan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Periklanan berupa tulisan, gambar atau suara yang dikemas menjadi suatu pesan untuk di informasikan kepada konsumen secara non personal, artinya pemasar dengan konsumen tidak melakukan interaksi langsung melainkan dengan menggunakan media promosi baik media elektronik maupun media cetak.

Tujuan *advertensi* secara keseluruhan mempengaruhi tingkat penjualan agar tingkat keuntungan perusahaan meningkat. Menurut Assauri (2007:273) tujuan dari *advertensi* secara khusus adalah:

- a. Mempertahankan para langganan yang setia dengan membujuk para langganan agar tetap membeli.

- b. Menarik kembali para langganan yang hilang atau lari, dengan menarik atau mengerahkan arus langganan secara perlahan-lahan ke arah produk yang dihasilkan perusahaan dari merek produk saingan.
- c. Menarik langganan baru, dengan menarik arus pembeli ke arah produk yang diiklankan perusahaan dan menggantikan tempat langganan yang pindah ke produk merek saingan, serta memperluas pasar secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan tersebut iklan merupakan komunikasi yang dapat digunakan perusahaan untuk menginformasikan produknya kepada calon pembeli atau konsumen baik menggunakan media elektronik maupun media cetak.

b. Promosi penjualan

Menurut Djaslim Saladin (2007:136) menyatakan bahwa promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin, yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar berbeda. Menurut Tjiptono, dkk (2008:546), promosi penjualan (sales promotion) merupakan segala bentuk penawaran atau insentif jangka pendek yang ditujukan bagi pembeli, pengecer atau pedagang grosir dan dirancang untuk memperoleh respons spesifik dan segera mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2003:175) menambahkan bahwa promosi penjualan dapat menggunakan alat promosi berupa diskon harga, paket harga, kupon, kontes dan hadiah. Maka dari situlah diartikan bahwa promosi penjualan merupakan alat jangka pendek yang digunakan untuk merangsang peningkatan permintaan secepatnya seperti memberikan sampel gratis, kontes, potongan, pameran dagang, hadiah liburan, dan kupon.

Tujuan promosi penjualan merupakan merupakan petunjuk dalam menentukan alat-alat promosi penjualan yang tepat dan juga sebagai dasar dalam pengevaluasian tersebut. Karena pengaruh utama yang diharapkan dari program promosi penjualan ini adalah untuk mendorong konsumen atau distributor melakukan pembelian. Tujuan dari promosi penjualan menurut Tjiptono (2008:229) dalam bukunya Strategi Pemasaran, menyatakan bahwa tujuan dari

promosi penjualan yang dilakukan oleh penjual dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Pengelompokan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Promosi konsumen

Promosi konsumen (*consumer promotion*) termasuk di dalamnya kupon, pengembalian uang tunai, paket harga, spesialisasi periklanan, penghargaan, titik pembelian (*point of purchase*), demonstrasi, kontes, dan permainan.

b. Promosi dagang

Promosi dagang (*trade promotion*), meliputi: diskon kas, barang dagangan, bantuan peralatan atau insentif lain untuk pengecer atau pedagang grosir.

c. Promosi wiraniaga

Promosi wiraniaga yang digunakan untuk memimpin bisnis, menstimulasi pembelian, memberikan penghargaan terhadap konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan merupakan suatu bentuk promosi dalam jangka waktu pendek yaitu menawarkan produk yang mendorong konsumen membeli produk tersebut.

c. Penjualan pribadi

Menurut Kotler dan Armstrong (2003 : 175), penjualan personal (*personal selling*) adalah prestasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Tjiptono (2000:224) juga berpendapat bahwa personal selling merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap suatu produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Karena itu sistem kerjanya lebih fleksibel bila dibandingkan dengan media lainnya.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, *personal selling* sebenarnya merupakan salah satu pemasaran yang dilakukan dengan dua arah atau tatap muka (*face to face*) antara penjual dengan pembeli dan membentuk pemahaman yang dapat menimbulkan umpan balik pelanggan atau pembeli tentang produk yang di

tawarkan tersebut. Penjualan pribadi tentunya telah jelas bahwa penjualan dilakukan secara interpersonal yang dilakukan antara penjual dengan pembeli.

Didalam suatu perusahaan terdapat bentuk-bentuk *personal selling* yang dilakukan, terdapat tiga bentuk personal selling menurut saladin Djasmin (2004:195), yaitu:

- a. *Retail Selling*, tenaga penjual melakukan penjualan dengan jalan melayani konsumen yang datang ketoko atau perusahaan.
- b. *Field Selling*, tenaga penjual yang melakukan penjualan diluar perusahaan, yakni dengan mendatangi konsumen kerumah-rumah, kantor-kantor dan lain-lain.
- c. *Excutive Selling*, pimpinan perusahaan yng bertindak sebagai tenaga penjual yang melakukan penjualan.

Bentuk dari *personal selling* tersebut kadang digunakan secara bersama-sama dan kadang hanya menggunakan salah satu bentuk saja. Hal tersebut disesuaikan dengan produk yang ditawarkan, pasar yang dituju, dan kemampuan perusahaan. Tetapi bentuk manapun yang dipilih, perusahaan harus menentukan bentuk yang paling cocok dan efektif dalam mencapai sasaran.

2.3 Batik

Batik merupakan hal yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia saat ini. Batik merupakan salah satu warisan nusantara yang unik. Keunikannya ditunjukkan dengan barbagai macam motif yang memiliki makna tersendiri. Menurut Asti M. dan Ambar B. Arini (2011: 1) berdasarkan etimologi dan terminologinya, batik merupakan rangkaian kata *mbat* dan *tik*. *Mbat* dalam bahasa Jawa dapat diartikan sebagai *ngembat* atau melempar berkali-kali, sedangkan *tik* berasal dari kata titik. Jadi, membatik artinya melempar titik berkali-kali pada kain. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, batik memiliki arti kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.

Herry Lisbijanto (2013:10) memaparkan bahwa ada 3 jenis batik menurut teknik pembuatannya, yaitu:

a. Batik Tulis

Batik tulis dibuat secara manual menggunakan tangan dengan alat bantu canting untuk menerakan malam pada corak batik. Pembuatan batik tulis membutuhkan kesabaran dan ketelatenan yang tinggi karena setiap titik dalam motif berpengaruh pada hasil akhirnya. Motif yang dihasilkan dengan cara ini tidak akan sama persis. Kerumitan ini yang menyebabkan harga batik tulis sangat mahal.

b. Batik Cap

Batik cap dibuat dengan menggunakan cap atau semacam stempel motif batik yang terbuat dari tembaga. Cap digunakan untuk menggantikan fungsi canting sehingga dapat mempersingkat waktu pembuatan. Motif batik cap dianggap kurang memiliki nilai seni karena semua motifnya sama persis. Harga batik cap cukup murah karena dapat dibuat secara masal.

c. Batik Lukis

Batik lukis dibuat dengan melukiskan motif menggunakan malam pada kain putih. Pembuatan motif batik lukis tidak terpaku pada pakem motif batik yang ada. Motifnya dibuat sesuai dengan keinginan pelukis tersebut. Batik lukis ini mempunyai harga yang mahal karena tergolong batik yang eksklusif dan jumlahnya terbatas.

Berdasarkan penjelasan diatas, batik merupakan titik-titik yang digambar pada media kain yang sedemikian rupa sehingga menghasilkan pola-pola yang menarik. Dilihat dari jenisnya UD. Bintang Timur merupakan salah satu sentra industri atau perusahaan yang membuat batik tulis Labako.

Batik labako merupakan simbol dari Kabupaten Jember sebagai kota tembakau, oleh sebab itu batiknya pun bermotif menyerupai daun tembakau. Batik labako itu sendiri telah dipatenkan oleh Bupati Jember, sehingga batik labako menjadi merek produk batik khas Kabupaten Jember (www.jawapos.com).

2.4 Peran Strategi Pemasaran Pada Batik Labako

Setiap perusahaan tentunya memiliki prioritas untuk meningkatkan profit atas pemasaran produknya, baik perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun barang. Perusahaan juga juga dituntut untuk memiliki inovasi baru agar dapat bersaing dalam dunia usaha. Sehingga perusahaan mampu menciptakan produk yang sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam menjual produknya, suatu perusahaan harus menentukan cara efektif yang dapat dijadikan strategi untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Hal ini akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan serta sebagai langkah awal dalam memahami keadaan ataupun permintaan pasar. Dan perusahaan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuan dalam memperoleh laba dan juga mempertahankan loyalitas pelanggan, selaras dengan arti penjualan yaitu suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan A, 1986). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari perusahaan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Untuk menjual atau memasarkan hasil produksinya, suatu perusahaan atau produsen memang juga memerlukan strategi pemasaran yang baik agar hasil produksinya sampai dengan baik pula ketangan konsumen. Oleh karena itu setiap perusahaan harus semakin jeli dalam meningkatkan strategi pemasaran produknya dengan tujuan untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap barang yang dipasarkan dalam bentuk barang maupun jasa.

Dalam memasarkan produk konveksi khususnya pada pemasaran batik labako ini, wirausaha atau perusahaan tentu harus mengerti cara atau strategi pemasaran yang baik berkaitan dengan konsumen yang saat ini dimiliki dan juga konsumen potensial untuk melakukan pembelian. Pada hal ini komunikasi antara produsen atau perusahaan dengan konsumen harus berjalan efektif, karena menyangkut keputusan menerima atau menolak produk dari pihak konsumen.

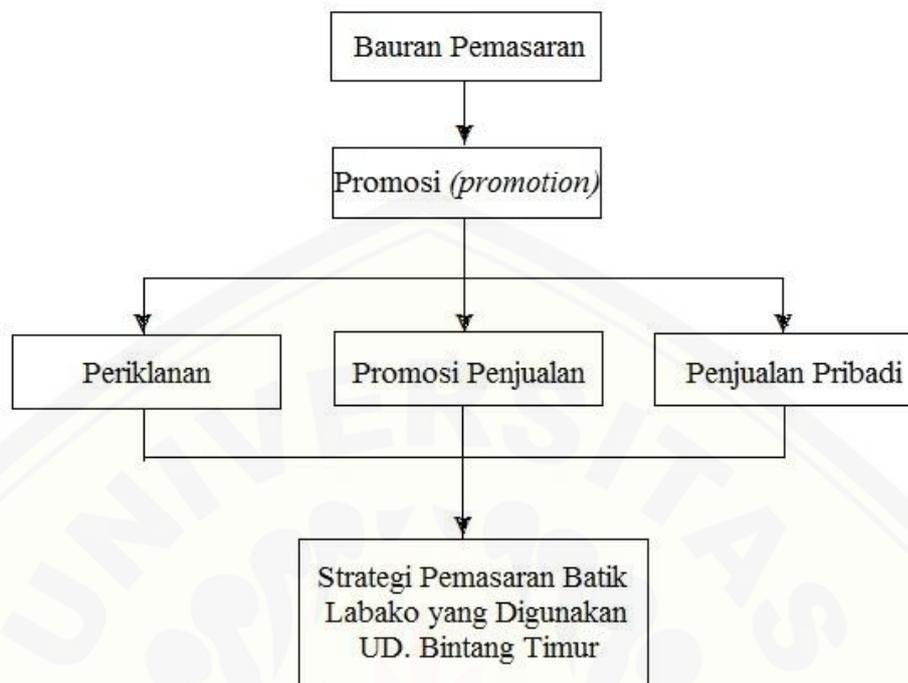
Proses menerima yang dilakukan oleh konsumen terdapat beberapa tahap yang dikemukakan oleh Swasta dan Irawan (2002:347) antara lain:

- a. Kesadaran, yaitu pembeli potensial mengetahui tentang suatu produk tetapi kurang mendetail bahkan tidak mengetahui tentang kegunaan produk tersebut.
- b. Minat, yaitu Jika pembeli potensial tersebut menjadi berminat, maka pembeli berusaha mengumpulkan informasi dan fakta tentang produk yang bersangkutan.
- c. Evaluasi, yaitu konsumen mulai menguji mental dengan menerapkan produk tersebut kedalam kondisi pribadinya.
- d. Percobaan, yaitu pembeli dapat membeli produk tersebut untuk mencoba penggunaannya.
- e. Keputusan, yaitu pembeli harus mengambil keputusan baik menerima atau menolak produk tersebut.
- f. Konfirmasi, yaitu meskipun pembeli tersebut telah mengambil keputusan untuk menerima suatu produk, namun pembeli dapat terus mempertimbangkan kembali keputusannya dan berusaha mencari informasi yang dapat memperkuat keputusannya.

Berdasarkan beberapa tahap diatas, suatu perusahaan tentunya harus memaksimalkan strategi promosi penjualannya agar dalam menjalankan usahanya bisa mengarah pada sikap dan pengetahuan pembeli yang dapat membantu dalam pembelian suatu produk yang akhirnya terjadi saling diuntungkan antara penjual dan pembeli.

2.5 Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan peneliti, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Metode yang digunakan oleh peneliti meliputi rancangan penelitian, penentuan lokasi penelitian, informan penelitian definisi operasional konsep, sumber data, metode pengumpulan data, analisis data dan pengecekan data.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah untuk peroleh data yang valid. Rancangan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive area*, untuk mengumpulkan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumen, kemudian untuk menganalisis data menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

3.2 Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan lokasi dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan metode *purposive area*, pemilihan lokasi penelitian secara sengaja sesuai permasalahan dan tujuan penelitian yaitu UD. Bintang Timur di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember, dengan alasan produk batik labako yang diproduksi oleh UD. Bintang Timur ini merupakan salah satu batik khas kabupaten jember yang telah dipatenkan dan memiliki potensi untuk dipromosikan secara sistematis dan gencar. Selain itu, yang mendasari peneliti memilih lokasi tersebut karena UD. Bintang Timur merupakan usaha batik yang cukup memiliki kualitas baik, dan mampu menjual produknya yang konsumennya tidak hanya dari masyarakat Jember saja, namun juga dari kota-kota besar di Indonesia seperti Bali, Surabaya dan Jakarta, bahkan juga diminati oleh wisatawan asing yang datang langsung ke tempat UD. Bintang Timur. Sehingga dalam hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana cara

atau strategi promosi yang dilakukan UD. Bintang Timur dalam menjual produknya.

3.3 Informan Penelitian

Pada penelitian ini, informan utamanya adalah pemilik perusahaan dan karyawan UD. Bintang Timur yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Selanjutnya yang menjadi informan tambahan dalam penelitian ini adalah para pembeli atau pelanggan maupun agen UD. Bintang Timur.

3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional variabel digunakan untuk mempertegas aspek-aspek yang akan dibahas dalam penelitian serta untuk menghindari adanya perbedaan persepsi dan terjadinya salah pengertian. Sehingga perlu dipaparkan definisi operasional konsep. Adapun istilah yang perlu didefinisikan dalam penelitian ini antara lain :

3.4.1 Strategi Pemasaran

pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain, atau perencanaan yang berorientasi kepada hasil jangka panjang berdasarkan produk-produk baru dan tekanannya pada keinginan dan kebutuhan konsumen

2.4.2 Iklan (*advertensi*)

Komunikasi yang dapat digunakan perusahaan untuk menginformasikan produknya kepada konsumen. segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Periklanan berupa tulisan, gambar atau suara yang dikemas menjadi suatu pesan untuk di informasikan kepada konsumen secara non personal, artinya

pemasar dengan konsumen tidak melakukan interaksi langsung melainkan dengan menggunakan media promosi baik media elektronik maupun media cetak.

3.4.3 Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan alat jangka pendek yang digunakan untuk merangsang peningkatan permintaan secepatnya. Promosi penjualan dapat ditujukan pada konsumen akhir, konsumen pedagang, atau karyawan sebuah perusahaan. Promosi penjualan termasuk sampel gratis, kontes, potongan, pameran dagang, hadiah liburan, dan kupon.

3.4.4 Penjualan pribadi (*personal selling*)

Personal Selling adalah promosi penjualan yang dilakukan dengan dua arah dan dinilai lebih efektif dalam memasarkan produk, karena tujuan akhir dalam suatu promosi adalah melakukan penjualan. Selain itu Personal Selling merupakan aktivitas komunikasi antara produsen yang diwakili oleh tenaga penjual dengan konsumen potensial yang melibatkan pikiran dan emosi, serta tentu saja berhadapan langsung (*Face to Face*)

3.5 Sumber Data

Sumberdata dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan utama yaitu pemilik perusahaan batik labako CV. Bintang Timur yang bernama Mawardi dan karyawan UD. Bintang Timur. Data yang diambil melalui observasi dan wawancara merupakan data yang berkaitan dengan promosi penjualan yang digunakan oleh UD. Bintang Timur.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, berupa wawancara yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder ini diperoleh dari wawancara dengan informan tambahan.

3.6 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam memperoleh data yang relevan yaitu dengan metode wawancara, observasi dan dokumen. Berikut penjelasan masing-masing metode:

3.6.1 Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan akurat sesuai dengan kebutuhan peneliti, wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan batik UD. Bintang Timur yang bernama Mawardi dan karyawan UD. Bintang Timur, peneliti melakukan dialog langsung dengan pemilik usaha dan karyawan berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya agar proses dialog atau tanya jawab dapat berjalan lancar sesuai dengan konsep yang telah di rancang dengan baik. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi promosi penjualan batik labako yang diterapkan pada UD. Bintang Timur.

3.6.2 Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dan penting sebagai dasar analisis yang diperlukan. Dalam observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas atau proses promosi penjualan yang dilakukan perusahaan batik labako UD. Bintang Timur.

3.6.3 Metode Dokumen

Metode dokumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh dokumen resmi yang berkaitan dengan data pemasaran yang dilakukan pada perusahaan batik labako UD. Bintang Timur, seperti dokumen surat telah mengikuti pameran produk yang dilakukan oleh perusahaan batik labako UD. Bintang Timur, serta dokumen lainnya yang berkaitan dengan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan batik labako UD. Bintang Timur.

3.7 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mencari dan menyusun data yang diperoleh dilapangan melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami. Menurut Satori, Komariah (2013:201) Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori,menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Data yang diperoleh dari hasil penelitian dikumpulkan untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif. Menurut Miles dan Hubermen dalam Satori dan Komariah (2013:218) menyatakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif terdiri atas : Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus.

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya sangat banyak sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci, yang kemudian mengharuskan peneliti untuk segera melakukan analisis data melalui reduksi data atau merangkum. Pada penelitian ini data dipilih dari hal-hal yang pokok atau memfokuskan pada hal-hal yang penting yaitu berfokus pada promosi penjualan yang dilakukan UD. Bintang timur. Dan reduksi data dilakukan peneliti dengan cara memilih seluruh data yang terkumpul agar memperoleh data yang dianggap penting sesuai dengan pokok bahasan penelitian yaitu strategi promosi penjualan batik labako UD. Bintang Timur. Sedangkan data yang tidak sesuai dengan pokok bahasan dihilangkan atau tidak tercantum.

Reduksi data dilakukan setelah mendapatkan data hasil wawancara dari informan penelitian, yang kemudian dipilah-pilah sekaligus dikelompokkan data-data lapangan mana yang penting yang dapat mendukung penelitian ini, dan data yang kurang mendukung dihilangkan.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dalam penelitian ini mengenai strategi promosi penjualan batik labako UD. Bintang Timur akan dijabarkan secara deskriptif baik dengan kata-kata maupun tabel sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan penarikan kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan (*Concluding Drawing/Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data adalah melakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang kemudian masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti kuat yang akan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya belum pernah ada.

Menarik kesimpulan yaitu suatu kegiatan yang berupa pengambilan inti dan penyajian data yang merupakan hasil dari analisis yang dilakukan dalam penelitian atau kesimpulan awal yang sifatnya belum benar-benar matang. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah penyajian data selesai, dan ditarik kesimpulannya berdasarkan hasil penelitian lapangan yang telah dianalisis dengan teori. Penarikan kesimpulan yang telah dilakukan dan hasilnya diketahui, memungkinkan kembali untuk disajikan data yang lebih baik.

3.8 Pengecekan Data

Untuk menguji suatu kebenaran data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2014:241) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulana data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Secara rinci penggunaan teknik triangulasi yang dilakukan yaitu pengecekan data dengan cara:

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, yaitu membandingkan hasil observasi dengan data hasil wawancara dengan informan penelitian mengenai strategi penjualan batik labako.

- b) Membandingkan data berdasarkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, yaitu melihat fakta secara langsung dengan metode observasi dan hasil wawancara secara langsung atau tatap muka dengan informan penelitian.
- c) Membandingkan data berdasarkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, yaitu membandingkan informasi yang di dapat sebelum penelitian dari informan tambahan penelitian dan pada waktu berjalannya penelitian
- d) Membandingkan data berdasarkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan. Seperti membandingkan hasil wawancara dengan informan dengan suatu dokumen yang berkaitan dengan penjualan.

Pada penelitian ini data yang telah diperoleh dicek kebenarannya dengan cara membandingkan antara informan yang satu dengan informan lainnya. Data yang diperoleh mengenai strategi promosi penjualan batik labako UD. Bintang Timur. Kemudian di cek kebenarannya dengan cara membandingkan antara informan dari berbagai sumber.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumen yang dilakukan oleh peneliti, strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan batik labako UD. Bintang Timur yang berada di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Dalam menjual atau memasarkan produknya, perusahaan ini menggunakan strategi pemasaran dengan berfokus pada promotion atau promosi, yang didalamnya berhubungan dengan periklanan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi. Pertama pada proses iklan tersebut digunakan dua macam media yaitu, menggunakan media brosur yang di sebar atau diberikan kepada masyarakat secara gratis, dan melalui media kartu nama yang diberikan kepada pembeli atau calon pembeli secara langsung ditoko UD. Bintang Timur. Kedua promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan ini melalui pameran dagang, display produk, potongan pembelian. Dan yang ketiga penjualan pribadi yang dilakukan dengan memajang produk batiknya secara rapi dalam etalase yang berada ditoko UD. Bintang Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam penelitian, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada UD. Bintang Timur yaitu sebagai berikut:

Pemilik UD. Bintang Timur hendaknya membuat iklan melalui media web agar lebih memudahkan konsumen mengetahui secara online koleksi batik labako yang lebih, karena dengan media web bisa memuat atau menyimpan banyak gambar dan tulisan, pada kegiatan promosi penjualan, selain mengikuti event atau bazar maupun pameran dagang yang dilakukan pemerintah kabupaten , perusahaan juga harus mampu mengadakan acara khusus atau event dari perusahaan UD. Bintang Timur itu sendiri, walaupun sebagian besar program

promosi telah dirancang dengan baik, seharusnya dilakukan pra-pengujian untuk menentukan apakah alat tersebut tepat, apakah besar insentif tersebut optimal, dan apakah metode penyajian tersebut efisien. Untuk mengevaluasi program tersebut perusahaan dapat menggunakan metode, seperti bisa menggunakan metode data penjualan, survei konsumen dan eksperimen, perusahaan juga harus memperhatikan alat promosi lainnya selain iklan, promosi penjualan dan penjualan pribadi yaitu seperti hubungan masyarakat, dan melakukan kerja sama yang lebih baik agar tercipta keterkaitan antara perusahaan dengan pelanggan, antar perusahaan yang saling bekerja sama dengan mengadakan pertemuan rutin untuk membahas dan mengevaluasi kegiatan promosi baik iklan, promosi penjualan dan penjualan pribadi yang telah dilakukan sebelumnya apakah sudah efisien dan efektif.

DAFTAR BACAAN**Buku**

- Asri Sw, Marwan. (1982). Peramalan Penjualan. Yogyakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi UGM.
- Asti, Usman & Arini B, Ambar. (2011). Batik: Warisan Adiluhung Nusantara. ANDI. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Yogyakarta.
- Djasmin Salamin (2007) Manajemen Pemasaran/ Linda Karya. Bandung.
- Dimiyati, Muhammad (2010) strategi pemasaran. Buku diklat perkuliahan. Fakultas ekonomi universitas jember
- David, downey (2002) manajemen agribisnis. Buku keempat. Erlangga. Jakarta.
- Fandy tjiptono (2000) manajemen jasa. Andi Yogyakarta.
- Lisbijanto, henry (2013) ragam batik Indonesia. Graham ilmu. Yogyakarta.
- Kertajaya,, hermawan (2006) elemen marketing. seri 9. Mizan. Jakarta
- Kotler, Philip (2000) manajemen marketing. Edisi millennium
- Kotle dan Amstrong (2004) Dasar-dasar pemasaran. Edisi kesembilan. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler dan amstrong (2008) prinsip-prinsip pemasaran. Edisi seduabelas. PT. Indeks. Jakarta.
- Moekijat (2000) kamus manajemen. Alumn. Bandung.
- Sumarni, Murti (2003) Bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan. Liberty. Yogyakarta.
- Swasta, Irawan (2002) manajemen pemasaran. Edisi millennium. Frenhalindo. Jakarta.
- Swasta, basu (2001) manajemen pemasaran edisi ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Swata, Irawan (2002) manajemen pemasaran modern. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, dkk (2008) pemasaran strategic. Edisi pertama. Andi. Yogyakarta.

Internet

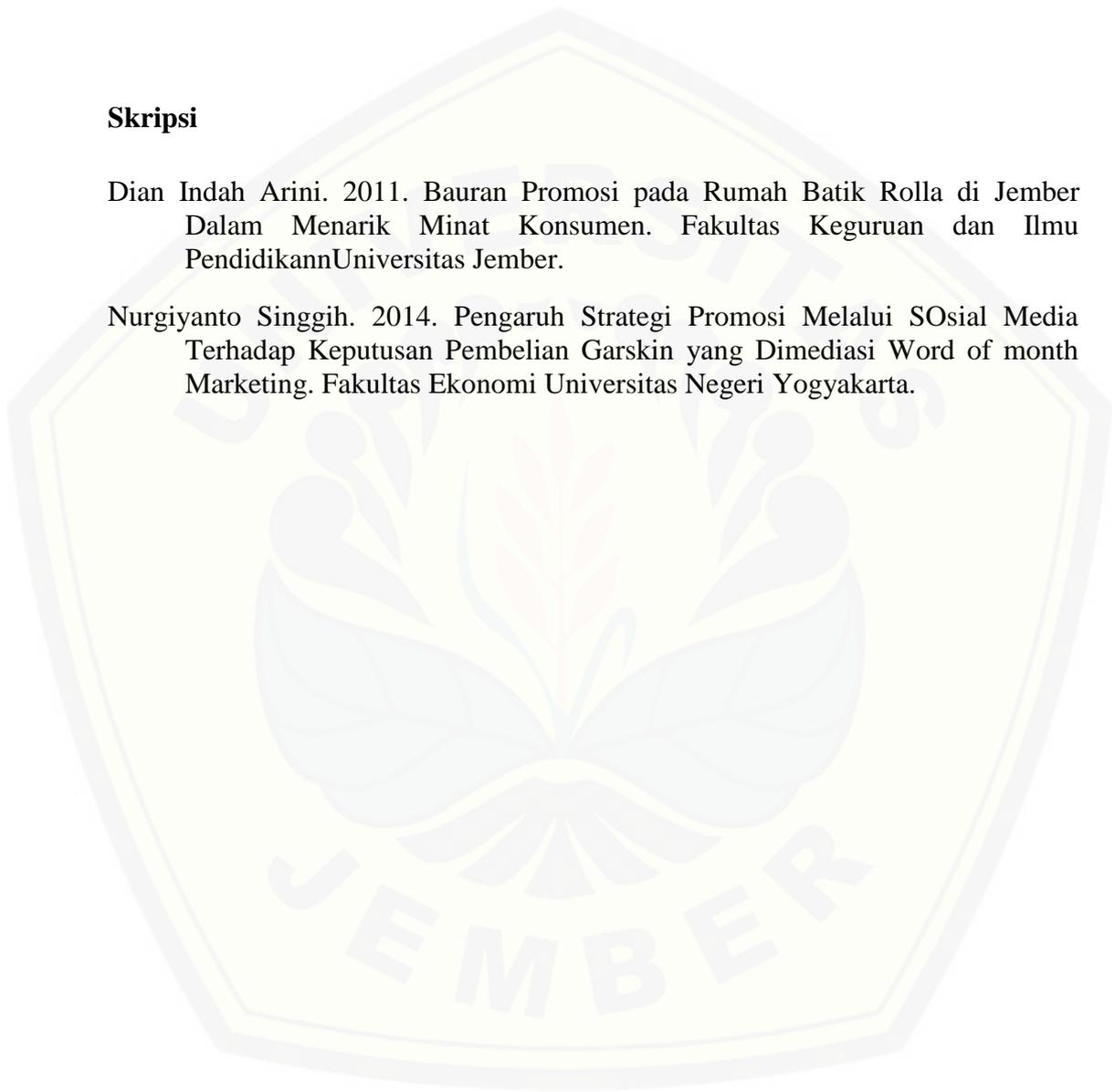
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/batik> (21/09/2016. 19:00)

<https://www.jawapos.com> (27/12/2016)

Skripsi

Dian Indah Arini. 2011. Bauran Promosi pada Rumah Batik Rolla di Jember Dalam Menarik Minat Konsumen. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Nurgiyanto Singgih. 2014. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang Dimediasi Word of month Marketing. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.



LAMPIRAN A

Matriks Penelitian

Judul	Permasalahan	Konsep	Indikator	Sumber data	Metode Penelitian
Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember	1. Bagaimana strategi pemasaran batik labako yang dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi yang dilakukan UD. Bintang Timur.	Strategi pemasaran	a. Iklan b. Promosi penjualan c. Penjualan pribadi	a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi awal dari informan utama penelitian. b. Data sekunder, yaitu data yang melengkapi hasil penelitian yang diperoleh melalui informan tambahan yaitu para pembeli atau pelanggan dari UD. Bintang Timur.	a. Metode penelitian: penelitian deskriptif kualitatif b. Tempat penelitian: dilaksanakan diperusahaan batik labako UD.Bintang Timur dengan metode <i>purposive area</i> c. Metode informan penelitian: <i>purposive</i> d. Sumberdata: data primer dan data sekunder e. Metode pengumpulan data: wawancara , observasi dan dokumen. f. Analisis data: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

LAMPIRAN B**PEDOMAN PENELITIAN****1. Observasi**

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Aktivitas yang dijalankan oleh UD. Bintang Timur yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan.	Informan penelitian yaitu pemilik dan karyawan UD. Bintang Timur.

2. Wawancara Mendalam

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Strategi pemasaran batik labako yang dilakukan oleh UD. Bintang Timur.	informan penelitian yaitu pemilik dan karyawan UD. Bintang Timur.
2.	Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Bintang Timur	Informan tambahan yaitu pembeli dan pelanggan atau agen

3. Dokumen

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Kegiatan strategi pemasaran yang berkaitan dengan promosi pada perusahaan.	Data dari UD. Bintang Timur

LAMPIRAN C**PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman wawancara untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Bintang Timur.

I. Identitas Informan Utama Penelitian

Nama :
Umur :
Jabatan :
Alamat :

II. Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur.**A. Sejarah Perusahaan Batik Labako UD. Bintang Timur**

1. Pada tahun berapakah usaha batik labako UD. Bintang Timur didirikan?
2. Bagaimana awal mula didirikannya usaha batik UD. Bintang Timur?
3. Berapa jumlah karyawan yang dimiliki sejak awal berdiri hingga saat ini?
4. Berasal dari mana saja karyawan yang dipekerjakan?
5. Apakah karyawan yang dimiliki UD. Bintang Timur mampu membatik?
6. Berasal dari mana bahan baku yang dipakai untuk dijadikan batik?

B. Pemasaran

1. Bagaimana pertama kali mengenalkan batik labako tersebut kepada masyarakat?

2. Bentuk motif atau varian batik labako apa saja yang dihasilkan UD. Bintang Timur?
3. Keunikan apa saja yang diperlihatkan batik labako tersebut kepada konsumen?

C. Promosi

1. Apakah UD. Bintang Timur menggunakan media online dalam menjual batik labako?
2. Apakah dalam memasarkan batik labako pernah dilakukan dengan media iklan?
3. Media iklan dalam bentuk apa saja yang dilakukan UD. Bintang Timur?
4. Bagaimana langkah-langkah penggunaan atau penyebaran iklan?
5. Apakah UD. Bintang Timur melakukan diskon harga atau potongan pada saat produsen melakukan pembelian?
6. Apa saja ketentuan dari diskon harga atau potongan yang diberikan terhadap pembeli?
7. Apakah batik labako UD. Bintang Timur sering mengikuti event yang diadakan pemerintah dalam melakukan memasarkan batik?
8. Apakah pihak dari UD. Bintang Timur mendatangi rumah-rumah konsumen pada saat menawarkan produk atau hanya melayani ditempat UD. Bintang Timur?
9. Bagaimana menjalin Hubungan dengan pelanggan atau pembeli baru yang langsung mendatangi UD. Bintang Timur?
10. Kendala apa saja yang dihadapi oleh UD. Bintang Timur dalam melakukan komunikasi dengan konsumen?

D. Produk, Harga, Tempat

- a) Apakah ada ciri khusus yang membedakan produk batik labako dengan produk batik lain?
- b) Bahan kain apa saja yang digunakan oleh UD. Bintang Timur untuk membatik?
- c) Bentuk atau desain motif batik labako seperti apa yang banyak diminati konsumen?
- d) Keunggulan apa yang ditonjolkan pada batik labako?
- e) Berapakah kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?
- f) Apakah dalam penetapan harga, UD. Bintang Timur menyesuaikan harga dipasaran?
- g) Bagaimana cara perusahaan menentukan harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?
- h) berasal dari mana saja pembeli batik labako?
- i) berapa jumlah pesanan yang biasanya diterima UD. Bintang Timur?

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara untuk mengetahui strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh UD. Bintang Timur.

I. Identitas Informan Pendukung Penelitian

Nama :

Umur :

Alamat :

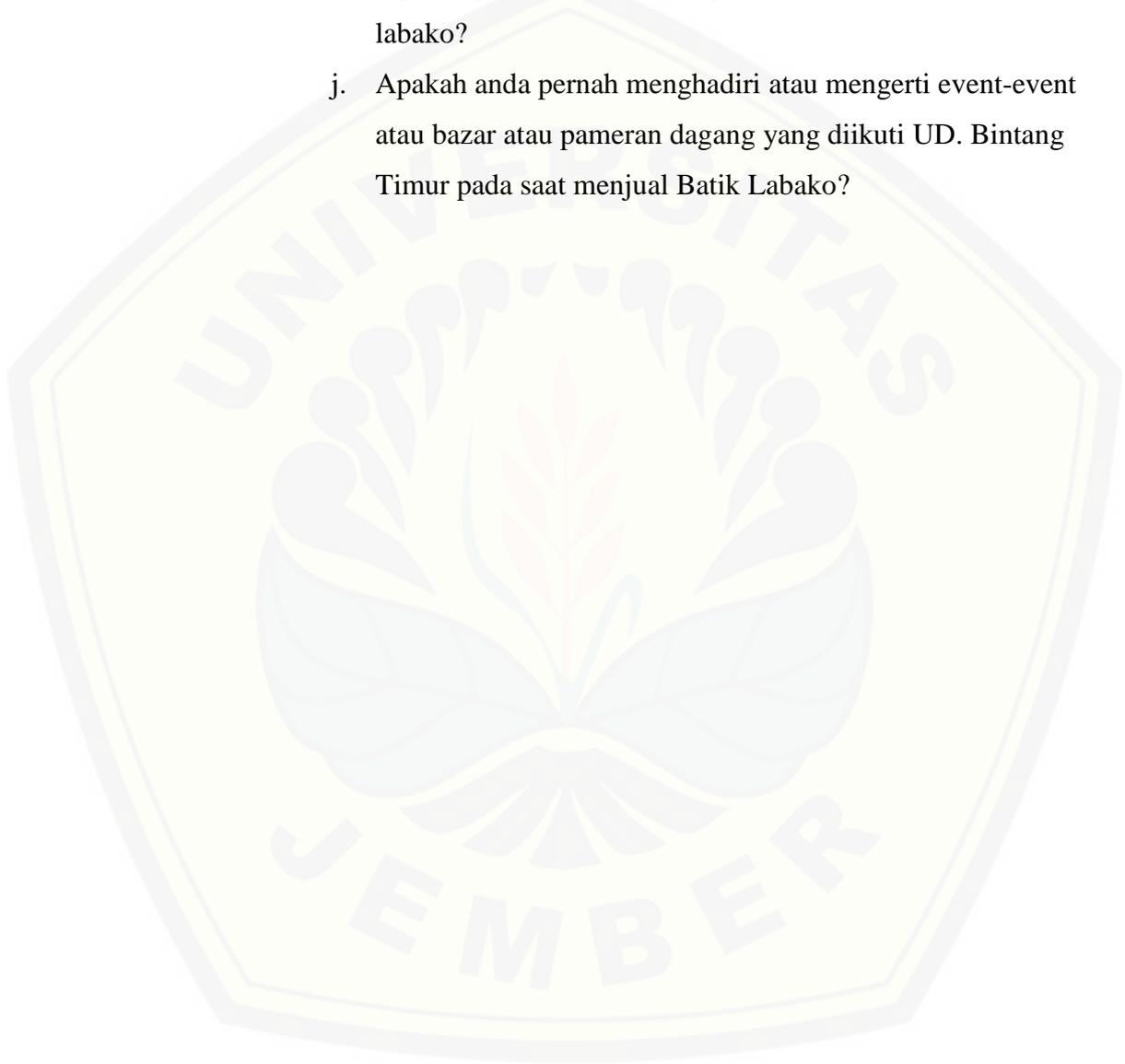
1. Volume Pembelian Produsen

- a. Dalam pembelian batik Labako, apakah anda membeli secara ecer/partaian?
- b. Dalam jumlah berapa batik labako yang pernah anda pesan atau beli dari UD. Bintang Timur?

2. Pemasaran

- a. Bagaimana pertama kali anda mengetahui tentang batik labako yang di produksi UD. Bintang Timur
- b. Bagaimana UD. Bintang Timur mengenalkan batik labako kepada Anda pada saat anda melakukan pembelian?
- c. Bentuk motif atau varian batik labako apa saja yang diperkenalkan pada anda oleh UD. Bintang Timur?
- d. Keunikan apa saja yang diperlihatkan batik labako tersebut?
- e. Apakah UD. Bintang Timur pernah mendatangi atau menemui anda diluar perusahaan dalam menawarkan batik labako sebelum atau sesudah anda melakukan pembelian?
- f. Pada saat melakukan pembelian di tempat UD. Bintang Timur, apakah UD. Bintang Timur melayani anda secara langsung dengan menawarkan berbagai macam produknya?

- g. Apakah UD. Bintang Timur pernah memberikan anda diskon atau potongan harga pada saat pembelian?
- h. Bagaimana ketentuan diskon tersebut dari UD. Bintang Timur?
- i. Apakah pernah ada kendala pada saat akan membeli batik labako?
- j. Apakah anda pernah menghadiri atau mengerti event-event atau bazar atau pameran dagang yang diikuti UD. Bintang Timur pada saat menjual Batik Labako?



LAMPIRAN D**TRANSKRIP WAWANCARA**

Identitas Informan Utama Penelitian

Nama : Mawardi

Umur : 47 Tahun

Jabatan: Pemilik UD. Bintang Timur

Alamat: Krajan Utara Desa Sumberpakem Kecamatan
Sumberjambe Kabupaten Jember.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik UD. Bintang Timur :

Peneliti : Pada tahun berapakah usaha batik labako UD. Bintang Timur didirikan?

Narasumber : usaha batik ini sebenarnya sudah mulai dari orang tua saya mas tetapi sekitar tahun 1995 saya berhenti membuat batik dan waktu itu belum jadi UD. Bintang Timur, tahun 2000 –an mendapat dukungan dari banyak pihak saya mulai lagi membatik dan saya beri nama usaha ini UD. Bintang Timur.

Peneliti : Bagaimana awal mula didirikannya usaha batik UD. Bintang Timur?

Narasumber : saya awal mulanya itu berfikir kalo di jember ini jarang sekali ada usaha batik, bahkan di Jember pertama ada batik itu di Desa Sumberpakem.

Peneliti : Berapa jumlah karyawan yang dimiliki sejak awal berdiri hingga saat ini?

Narasumber : ada 30 orang, kalau pesanan banyak nambah sekitar 20 orang dari warga sini

Peneliti : Berasal dari mana saja karyawan yang dipekerjakan?

Narasumber : semuanya dari warga Sumberpakem.

- Peneliti : Apakah karyawan yang dimiliki UD. Bintang Timur mampu membatik?
- Narasumber : awalnya tidak bisa membatik mas, saya ajari terlebih dahulu terus yang lain sudah mengerti lalu mengajari yang lainnya.
- Peneliti : Berasal dari mana bahan baku yang dipakai untuk dijadikan batik?
- Narasumber : dari Yogyakarta mas
- Peneliti : Bagaimana pertama kali mengenalkan batik labako tersebut kepada masyarakat?
- Narasumber : hanya menjual di toko disini pakai pajangan.
- Peneliti : Bentuk motif atau varian batik labako apa saja yang dihasilkan UD. Bintang Timur?
- Narasumber : semuanya ada bentuk motif tembakau, yang di selingi dengan corak corak lainnya.
- Peneliti : Keunikan apa saja yang diperlihatkan batik labako tersebut kepada konsumen
- Narasumber : setiap kain batiknya itu semuanya ada motif daun tembakau yang dipadukan dengan motif lainnya sesuai permintaan pembeli.
- Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur menggunakan media online dalam menjual batik labako?
- Narasumber : tidak pernah
- Peneliti : Apakah dalam memasarkan batik labako pernah dilakukan dengan media iklan?
- Narasumber : kalau iklan sering
- Peneliti : Media iklan dalam bentuk apa saja yang dilakukan UD. Bintang Timur?
- Narasumber : iklannya itu dalam bentuk kartu nama dan brosur
- Peneliti : Bagaimana langkah-langkah penggunaan atau penyebaran iklan?
- Narasumber : kartu namanya biasanya diberikan ke pembeli yang datang kesini, meskipun kadang gak membeli saya berikan kartu nama itu, kalau

broturnya itu biasanya dikasihikan ke masyarakat, kadang disebar dikantor-kantor, masyarakat yang sedang dijalan.

Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur melakukan diskon harga atau potongan harga pada saat konsumen melakukan pembelian?

Narasumber : biasanya diberikan

Peneliti : Apa saja ketentuan dari diskon harga atau potongan yang diberikan terhadap pembeli?

Narasumber : Potongan harga biasanya saya berikan ke yang membeli batik lebih dari dua helai kain, kadang saya beri potongan kelipatan harga.

Peneliti : Apakah batik labako UD. Bintang Timur sering mengikuti event yang diadakan pemerintah dalam melakukan memasarkan batik?

Narasumber : Biasanya kami diundang bupati untuk mengikuti acara Jember Expo di Kaliwates, dan bazar JFC

Peneliti : Apakah pihak dari UD. Bintang Timur mendatangi rumah-rumah konsumen pada saat menawarkan produk atau hanya melayani ditempat UD. Bintang Timur?

Narasumber : tidak pernah

Peneliti : Bagaimana menjalin Hubungan dengan pelanggan atau pembeli baru yang langsung mendatangi UD. Bintang Timur?

Narasumber : kalau disini kami berusaha melayani pembeli dengan ramah, pembuatan batik menyesuaikan permintaan pembelinya.

Peneliti : Kendala apa saja yang dihadapi oleh UD. Bintang Timur dalam melakukan komunikasi dengan konsumen?

Narasumber : sejauh ini insyaallah tidak ada kendala.

Peneliti : Apakah ada ciri khusus yang membedakan produk batik labako dengan produk batik lain?

Narasumber : yang membedakan hanya motifnya daun tembakau, kalau yang lainnya dan pembuatannya sama.

Peneliti : Bahan kain apa saja yang digunakan oleh UD. Bintang Timur untuk membatik?

- Narasumber : kain katun, prisma katun dan kain sutera
- Peneliti : Bentuk atau desain motif batik labako seperti apa yang banyak diminati konsumen?
- Narasumber : biasanya Cuma pemilihan warna saja kalau semuanya kan ada motifnya daun tembakau
- Peneliti : Berapakah kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?
- Narasumber : kalau kain prisma katun harganya 30 ribu – 35 ribu, kalau kain katun 90 ribu – 110 ribu, kalau kain sutera 250 ribu – 350 ribu.
- Peneliti : Apakah dalam penetapan harga, UD. Bintang Timur menyesuaikan harga dipasaran?
- Narasumber : tidak, harganya disini pasti lebih murah dari pasaran.
- Peneliti : Bagaimana cara perusahaan menentukan harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?
- Narasumber : tergantung jenis kainnya dan motifnya, kalau motifnya semakin banyak harganya juga lebih mahal.
- Peneliti : berasal dari mana saja pembeli batik labako?
- Narasumber : yang banyak membeli kesini itu biasanya orang orang kantor ya daerah Jember, dari luar kota juga banyak bahkan pesanan juga ada dari Palu.
- Peneliti : berapa jumlah pesanan yang biasanya diterma UD. Bintang Timur?
- Narasumber : pesanan yang kami terima dalam seminggu kurang lebih 50 sampai 100 helai kain batik, itu masih belum terhitung yang memesan partaian, biasanya yang pesan partaian lebih dari sekitar 20 helai batik.

TRANSKRIP WAWANCARA

Identitas Informan Utama Penelitian

Nama : Siti Hanifah

Umur : 36 Tahun

Jabatan: Karyawan bagian pemasaran UD. Bintang Timur

Alamat: Krajan Utara Desa Sumberpakem Kecamatan
Sumberjambe Kabupaten Jember.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan bagian pemasaran UD. Bintang Timur :

Peneliti : Pada tahun berapakah usaha batik labako UD. Bintang Timur didirikan?

Narasumber : sebenarnya sudah lama, tapi ada nama UD. Bintang Timur dari tahun 2000 an

Peneliti : Berapa jumlah karyawan yang dimiliki sejak awal berdiri hingga saat ini?

Narasumber : ada 30 orang

Peneliti : Berasal dari mana saja karyawan yang dipekerjakan?

Narasumber : dari warga Sumberpakem sini semua mas.

Peneliti : Apakah karyawan yang dimiliki UD. Bintang Timur mampu membatik?

Narasumber : awalnya tidak bisa membatik mas, saya dulu awalnya diajari Pak Mawardi.

Peneliti : Berasal dari mana bahan baku yang dipakai untuk dijadikan batik?

Narasumber : dari Yogyakarta, kadang seminggu sekali bahannya datang.

Peneliti : Bentuk motif atau varian batik labako apa saja yang dihasilkan UD. Bintang Timur?

Narasumber : bentuk motif tembakau, yang di jadikan satu dengan corak lainnya.

- Peneliti : Keunikan apa saja yang diperlihatkan batik labako tersebut kepada konsumen
- Narasumber : kain batiknya itu semuanya dicampur motif daun tembakau.
- Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur menggunakan media online dalam menjual batik labako?
- Narasumber : tidak pernah
- Peneliti : Apakah dalam memasarkan batik labako pernah dilakukan dengan media iklan?
- Narasumber : kalau iklan ada
- Peneliti : Media iklan dalam bentuk apa saja yang dilakukan UD. Bintang Timur?
- Narasumber : iklannya itu dalam bentuk kartu nama dan brosur
- Peneliti : Bagaimana langkah-langkah penggunaan atau penyebaran iklan?
- Narasumber : kartu namanya biasanya diberikan ke yang membeli yang datang kesini, dalam kartu nama juga ada nomor telepon dan alamat lengkapnya Batik labako, kalau memberikan brosur ke orang-orang yang ada dikantor-kantor dandijalan.
- Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur melakukan diskon harga atau potongan harga pada saat konsumen melakukan pembelian?
- Narasumber : iya ada diskon harga.
- Peneliti : Apa saja ketentuan dari diskon harga atau potongan yang diberikan terhadap pembeli?
- Narasumber : yang membeli batik lebih dari dua helai kain, kadang diberi potongan kelipatan harga.
- Peneliti : Apakah batik labako UD. Bintang Timur sering mengikuti event atau acara yang diadakan pemerintah dalam melakukan memasarkan batik?
- Narasumber : biasanya ikut acara Jember Expo di Kaliwates, dan JFC
- Peneliti : Apakah pihak dari UD. Bintang Timur mendatangi rumah-rumah konsumen pada saat menawarkan produk atau hanya melayani ditempat UD. Bintang Timur?

- Narasumber : tidak pernah
- Peneliti : Bagaimana menjalin Hubungan dengan pelanggan atau pembeli baru yang langsung mendatangi UD. Bintang Timur?
- Narasumber : melayani dengan baik ke pembeli yang datang kesini.
- Peneliti : Kendala apa saja yang dihadapi oleh UD. Bintang Timur dalam melakukan komunikasi dengan konsumen?
- Narasumber : insyallaah tidak ada kendala.
- Peneliti : Apakah ada ciri khusus yang membedakan produk batik labako dengan produk batik lain?
- Narasumber : yang membedakan hanya motifnya daun tembakau, kalau yang lainnya dan pembuatannya sama.
- Peneliti : Bahan kain apa saja yang digunakan oleh UD. Bintang Timur untuk membatik?
- Narasumber : kain katun, prisma katun dan kain sutera
- Peneliti : Bentuk atau desain motif batik labako seperti apa yang banyak diminati konsumen?
- Narasumber : biasanya Cuma pemilihan warna saja kalau semuanya kan ada motifnya daun tembakau
- Peneliti : Berapakah kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?
- Narasumber : kalau kain prisma katun harganya 30 ribu – 35 ribu, kalau kain katun 90 ribu – 110 ribu, kalau kain sutera 250 ribu – 350 ribu.
- Peneliti : Apakah dalam penetapan harga, UD. Bintang Timur menyesuaikan harga dipasaran?
- Narasumber : tidak, harganya disini lebih murah dari pasaran.
- Peneliti : Bagaimana cara perusahaan menentukan harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?
- Narasumber : tergantung jenis kainnya dan motifnya, kalau motifnya semakin banyak harganya juga lebih mahal.
- Peneliti : berasal dari mana saja pembeli batik labako?

Narasumber : yang datang kesini itu tidak hanya dari Jember saja. Dari bondowoso, Situbondo, Lumajang, Banyuwangi, Malang, Bali dan Bahkan turis yang biasa berliburi ke Bali mampir kesini.

Peneliti : berapa jumlah pesanan yang biasanya diterima UD. Bintang Timur?

Narasumber : kurang lebih 100 kain batik dalam seminggu.



TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Informan Pendukung Penelitian

Nama : Muhammad Solihan

Umur : 23 tahun

Alamat: Mumbulsari

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pembeli batik labako:

Peneliti : Dalam pembelian batik Labako, apakah anda membeli secara ecer/partaian?

Narasumber : saya pernah membeli ecer dan jugaa pernah membeli partaian.

Peneliti : Dalam jumlah berapa batik labako yang pernah anda pesan atau beli dari UD. Bintang Timur?

Narasumber : 1 helai, pernah juga 15 helai

Peneliti : Bagaimana pertama kali anda mengetahui tentang batik labako yang di produksi UD. Bintang Timur

Narasumber : Saya tau batik labako dari teman kampus, dan teman saya mempunyai brosur tentang batik labako yang berada di Sumberpakem

Peneliti : Pada saat melakukan pembelian di tempat UD. Bintang Timur, apakah melayani anda secara langsung dengan menawarkan berbagai macam produknya?

Narasumber : iya, dilayani secara langsung oleh karyawannya, juga memelihtkan kepada saya contoh-contoh batiknya.

Peneliti : Bagaimana UD. Bintang Timur mengenalkan batik labako kepada Anda pada saat anda melakukan pembelian?

- Narasumber : diberitahu contoh-contoh batik labakoyng sudah jadi.
- Peneliti : Bentuk motif atau varian batik labako apa saja yang diperkenalkan pada anda oleh UD. Bintang Timur?
- Narasumber : disana itu banyak macam pilihan warnanya, kalau motif ya daun tembakau
- Peneliti : Keunikan apa saja yang diperlihatkan batik labako tersebut?
- Narasumber : dalam desain corak daun tembakaunya itu bisa colaborasikan dengan desain desain lainnya.
- Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur pernah mendatangi atau menemui anda diluar perusahaan dalam menawarkan batik labako sebelum atau sesudah anda melakukan pembelian?
- Narasumber : tidak pernah
- Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur pernah memberikan anda diskon atau potongan harga pada saat pembelian?
- Narasumber : iya pernah
- Peneliti : Bagaimana ketentuan diskon tersebut dari UD. Bintang Timur?
- Narasumber : saya waktu itu diberikan potongan harga perhelai kain dengan potongan harga 5ribu
- Peneliti : Apakah pernah ada kendala pada saat akan membeli batik labako?
- Narasumber : tidak ada
- Peneliti : Apakah anda pernah menghadiri atau mengerti event-event atau bazar atau pameran dagang yang diikuti UD. Bintang Timur pada saat menjual Batik Labako?

Narasumber : pernah mengetahui ada batik labako di pameran produk pada acara JFC tahun 2016.



TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Informan Pendukung Penelitian

Nama : Anisa Firdasari

Umur : 27 tahun

Alamat: Jln. Ahmad Yani 30 Sukowono

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pembeli batik labako:

Peneliti : Dalam pembelian batik Labako, apakah anda membeli secara ecer/partaian?

Narasumber : saya membeli ecer.

Peneliti : Dalam jumlah berapa batik labako yang pernah anda pesan atau beli dari UD. Bintang Timur?

Narasumber : 1 helai

Peneliti : Bagaimana pertama kali anda mengetahui tentang batik labako yang di produksi UD. Bintang Timur

Narasumber : Saya mengerti batik labako dari membaca di brosur yang di kantor, karena tempatnya lumayan dekat, saya akhirnya datang langsung ke tempatnya batik labako.

Peneliti : Pada saat melakukan pembelian di tempat UD. Bintang Timur, apakah melayani anda secara langsung dengan menawarkan berbagai macam produknya?

Narasumber : langsung ditawarkan dan diberi contoh batik seperti apa dan dengan warna apa.

Peneliti : Bagaimana UD. Bintang Timur mengenalkan batik labako kepada Anda pada saat anda melakukan pembelian?

Narasumber : orang yang menjual batik labako ditoko, menyarankan bagaimana desain motif batik labako yang bagus

Peneliti : Bentuk motif atau varian batik labako apa saja yang diperkenalkan pada anda oleh UD. Bintang Timur?

Narasumber : banyak macam motif daun tembakau dengan bermacam warna

Peneliti : Keunikan apa saja yang diperlihatkan batik labako tersebut?

Narasumber : mau di kombinasikan dengan corak seperti apapun motif tembakaunya itu tetap terlihat jelas.

Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur pernah mendatangi atau menemui anda diluar perusahaan dalam menawarkan batik labako sebelum atau sesudah anda melakukan pembelian?

Narasumber : tidak pernah

Peneliti : Apakah UD. Bintang Timur pernah memberikan anda diskon atau potongan harga pada saat pembelian?

Narasumber : tidak

Peneliti : Apakah pernah ada kendala pada saat akan membeli batik labako?

Narasumber : tidak ada

Peneliti : Apakah anda pernah menghadiri atau mengerti event-event atau bazar atau pameran dagang yang diikuti UD. Bintang Timur pada saat menjual Batik Labako?

Narasumber : tidak pernah.

LAMPIRAN E

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



Gambar 1.
Lokasi pembuatan batik labako



Gambar 2.
Proses Pembuatan Batik



Gambar 3.
Batik Labako



Gambar 4.
Wawancara dengan Informan Penelitian



Gambar 5.
Contoh Display Produk Batik Labako



Gambar 6.
Contoh Display Produk Batik Labako dalam Bentuk Kemeja



Gambar 7.
Display Produk Dalam Etalase



Gambar 8.
Iklan dalam Bentuk Kartu Nama



Gambar 9.
Kegiatan Bazar Batik Labako



Gambar 8.
Sertifikat Perusahaan dalam Mempertahankan Produksi Batik Tulis

LAMPIRAN F



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 0662/UN25.1.5/LT/2017
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Perusahaan UD. Bintang Timur
Jember

Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi, mahasiswa FKIP Universitas Jember tersebut di bawah ini :

Nama : Hayik Heditullah
NIM : 120210301078
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Bermaksud mengadakan penelitian tentang "*Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur Di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember*".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan I

Dr. Sukatman, M.Pd
NIP 19640123 199512 1 001

LAMPIRAN G

Lembar Konsultasi Pembimbing I



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Kotak Pos 162
 Tlp./Fax (0331) 334 988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Hayik Heditullah
 NIM : 120210301078
 Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi
 Judul : Strategi Penjualan Batik Labako UD. Bintang Timur di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.
 Dosen Pembimbing I : Dra. Retna Ngesti Sedyati, MP

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Senin 5-9-2016	Judul	1) <i>[Signature]</i>
2.	Jumat 23-9-2016	Latar Belakang	2) <i>[Signature]</i>
3.	Jumat 28-10-2016	BAB I	3) <i>[Signature]</i>
4.	Senin 7-11-2016	BAB II	4) <i>[Signature]</i>
5.	Jumat 18-11-2016	BAB III	5) <i>[Signature]</i>
6.	Senin 21-11-2016	Abstrak	6) <i>[Signature]</i>
7.	Senin 13-12-2016	BAB IV	7) <i>[Signature]</i>
8.	Kamis 23-2-2017	Pembahasan BAB IV	8) <i>[Signature]</i>
9.	Jumat 24-2-2017	BAB V	9) <i>[Signature]</i>
10.	Jumat 10-3-2017	BAB VI	10) <i>[Signature]</i>
11.	Kamis 23-3-2017	Lampiran-Lampiran	11) <i>[Signature]</i>
12.	Jumat 24-3-2017	Abstrak	12) <i>[Signature]</i>
13.			13) <i>[Signature]</i>
14.			14) <i>[Signature]</i>
15.			15) <i>[Signature]</i>

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

LAMPIRAN H

Lembar Konsultasi Pembimbing II



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Kotak Pos 162
 Tlp./Fax (0331) 334 988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Hayik Heditullah
 NIM : 120210301078
 Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi
 Judul : Strategi Promosi Penjualan Batik Labako UD. Bintang Timur di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.
 Dosen Pembimbing II : Dr. Sukidin, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Kamis 8-9-2016	Konsultasi Judul	1)
2.	Jumat 23-9-2016	Latar Belakang	2)
3.	Jumat 7-10-2016	BAB I	3)
4.	Jumat 28-10-2016	BAB II	4)
5.	Kamis 3-11-2016	BAB III	5)
6.	Senin 7-11-2016	BAB III	6)
7.	Rabu 16-11-2016	ACC Seminar metode penelitian	7)
8.	Jumat 18-11-2016	Daftar pustaka	8)
9.	Kamis 1-12-2016	ACC Seminar	9)
10.	Kamis 16-2-2017	BAB IV	10)
11.	Selasa 28-2-2017	BAB V	11)
12.	Jumat 17-3-2017	Lampiran - Lampiran	12)
13.	Selasa 21-3-2017	ACC Sidang	13)
14.			14)
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
- Lembar ini harus dibawa sewaktu seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

21/3/17

LAMPIRAN I**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Hayik Heditullah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 06 Mei 1993
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Esin Fauzi
 - b. Ibu : Hosniyah
5. Alamat : Dusun Krajan Rt.001 Rw.001 Desa Sumberdanti Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

B. Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1.	SDN 2 Sumberdanti	Jember	2006
2.	MTsN Sukowono	Jember	2009
3.	SMAN 5 Jember	Jember	2012