



**PROFIL PRODUKSI DAN BAURAN PEMASARAN HOME INDUSTRI  
BATIK “TATSAKA” DI DESA TAMPO KECAMATAN CLURING  
KABUPATEN BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

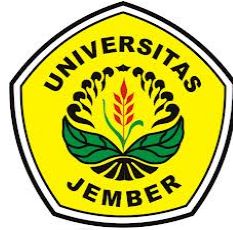
Oleh:

Alfin FalaHika

NIM 130210301012

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

**2017**



**PROFIL PRODUKSI DAN BAURAN PEMASARAN HOME INDUSTRI  
BATIK TATSAKA DI DESA TAMPO KECAMATAN CLURING  
KABUPATEN BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

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

oleh :

**Alfin Fala Hika**  
**NIM 130210301012**

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

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan atas berkat rahmat Allah SWT, dan doa dari orang-orang tersayang sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya ini kepada :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Heru Wardoyo dan Ibu Suswati serta adikku Yusqauna Ittaqullah yang kucintai, terimakasih yang tiada terhingga atas segala pengorbanan, ketulusan kasih sayang, semangat, motivasi, dan doa yang tiada henti demi keberhasilan studiku yang kuraih hingga saat ini;
2. Bapak dan Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jember yang telah tulus memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
3. Seluruh teman – teman yang selalu mengingatkan, memberi semangat akan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.
4. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Unviersitas Negeri Jember.

### **MOTTO**

Pendidikan memang tidak menjamin sukses, tapi tanpa pendidikan kehidupan ini semakin sulit \*)

Pendidikan adalah senjata yang paling hebat yang dapat kamu gunakan untuk mengubah dunia \*\*)

Kesabaran bukan hanya kemampuan untuk menunggu tetapi juga bagaimana kita bersikap saat sedang menunggu\*\*\*)

---

\*) **Mario Teguh**  
\*\*) **Nelson Mandela**  
\*\*\*) **Joyce Meyer**

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfin Fala Hika

Nim : 130210301012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Profil Produksi dan Bauran Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hasil pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 September 2017

Yang Menyatakan,

Alfin Fala Hika

NIM 130210301012

HALAMAN PERSETUJUAN

**PROFIL PRODUKSI DAN BAURAN PEMASARAN HOME INDUSTRI  
BATIK TATSAKA DI DESA TAMPO KECAMATAN CLURING  
KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

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

Sarjana Pendidikan

Oleh :

Nama Mahasiswa : Alfin Fala Hika  
NIM : 130210301012  
Jurusan : Pendidikan IPS  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Angkatan Tahun : 2013  
Daerah Asal : Banyuwangi  
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 18 Juli 1995

Disetujui Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Pudjo Suharso, M. Si**

**NIP. 19591116 198601 1 001**

**Dra. Retna Ngesti S, M.P**

**NIP.19670715 199403 2 004**

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “Profil Produksi dan Bauran Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi” telah diuji dan disahkan pada :

Hari, Tanggal : Kamis, 14 September 2017  
Jam : 11.00 – 12.00  
Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

**Drs. Pudjo Suharso, M.Si**  
**NIP. 19591116 198601 1 001**

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

Anggota I

Anggota II

**Drs. Sutrisno Djaja, M.M**  
**NIP. 19540302 198601 1 001**

**Dra. Sri Wahyuni, M. Si**  
**NIP.19570528 198403 2 002**

Mengesahkan

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

**Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D**

**NIP. 19680802 199303 1 004**

## RINGKASAN

**Profil Produksi dan Bauran Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.** Alfin Fala Hika, 130210301012; 2017, 89 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Untuk dapat mengetahui kondisi suatu usaha dapat dilihat dari profil usaha tersebut. Profil merupakan gambaran singkat tentang suatu usaha. Begitu halnya pada home industri batik Tatsaka. Profil merupakan hal yang sangat penting, karena dengan adanya profil home industri tersebut dapat digunakan untuk pembeda antarhome industri satu dengan lainnya.

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan produksi home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi dan pemasaran home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive di home industri batik Tatsaka yang bertempat di Jl SMAN 1 Cluring-Simbar II Kulon Ban Cluring-Banyuwangi (Selatan bulak SMA  $\pm$  1 km).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil produksi dan bauran pemasaran home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi dalam penelitian ini meliputi, produksi dan pemasaran home industri batik Tatsaka. Produksi home industri batik Tatsaka meliputi bahan baku, tenaga kerja, proses produksi, dan pengemasan. Bahan baku yang digunakan yaitu kain, pewarna, dan lilin batik. Home industri batik Tatsaka memiliki 33 orang tenaga kerja yang terlatih. Ada tenaga kerja yang berpengalaman dan tenaga kerja yang belum memiliki pengalaman. Tenaga kerja yang belum memiliki pengalaman akan mendapatkan pelatihan. Pada proses produksi pertama adalah pembuatan desain motif pada kain menggunakan cap atau canting menggunakan



lilin batik. Setelah itu dilakukan pewarnaan awal dilanjutkan dengan pewarnaan akhir. Kemudian dilakukan penguncian warna dan dilakukan perebusan, pembilasan. Terakhir dijemur pada terik matahari. Pengemasan dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu kain batik bungkus dengan menggunakan plastik kemudian dimasukkan dalam kotak kardus dan di masukkan ke dalam tas kertas.

Pemasaran home industri batik Tatsaka meliputi produk, harga, dan promosi. Produk yang dihasilkan home industri batik Tatsaka mempunyai beberapa jenis yaitu batik tulis, batik cap, batik semi tulis, dan batik semi warna dan motif khas Banyuwangi yaitu batik gajah oling, kangkung setingkes, alas kobong, paras gempal, kopi pecah, gedekan, ukel, moto pitik, sembruk cacing, blarak semplah, gringsing, dan sekar jagad. Harga yang ditetapkan, disesuaikan dengan kualitas batikan serta motif pada batikan. Promosi batik Tatsaka menggunakan personal selling, bazar dan pameran, dan iklan media elektronik misalkan radio.

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu, bagi pihak pemilik home industri hendaknya terus meningkatkan kualitas produk yang dijual serta mengembangkan usahanya. Dan bagi pihak tenaga kerja hendaknya terus meningkatkan ketrampilan dan ketlatenan dalam membuat batik.

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Profil Produksi dan Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi”. Skripsi 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 tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Humselaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Ketua Progam Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember ;
4. Drs. Pudjo Suharso, M. Si selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Retna Ngesti S, M.P selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini, serta Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku Dosen Penguji I dan Dra. Sri Wahyuni, M. Si 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 tenaga kerja Home Industri Batik Tatsaka Banyuwangi, Terimakasih turut membantu dalam memberikan informasi dan pengumpulan data skripsi ini;

7. Sahabat-sahabat saya Asmara Yuda, Rully Nitasari, Henda Ekawati, Nila Yuniara, terimakasih atas semangat, dukungan dan kebersamaannya selama ini;
8. Teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2013, terimakasih atas kebersamaannya selama 4tahun.
9. Semua pihak yang membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi sempurnanya skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 14 September 2017

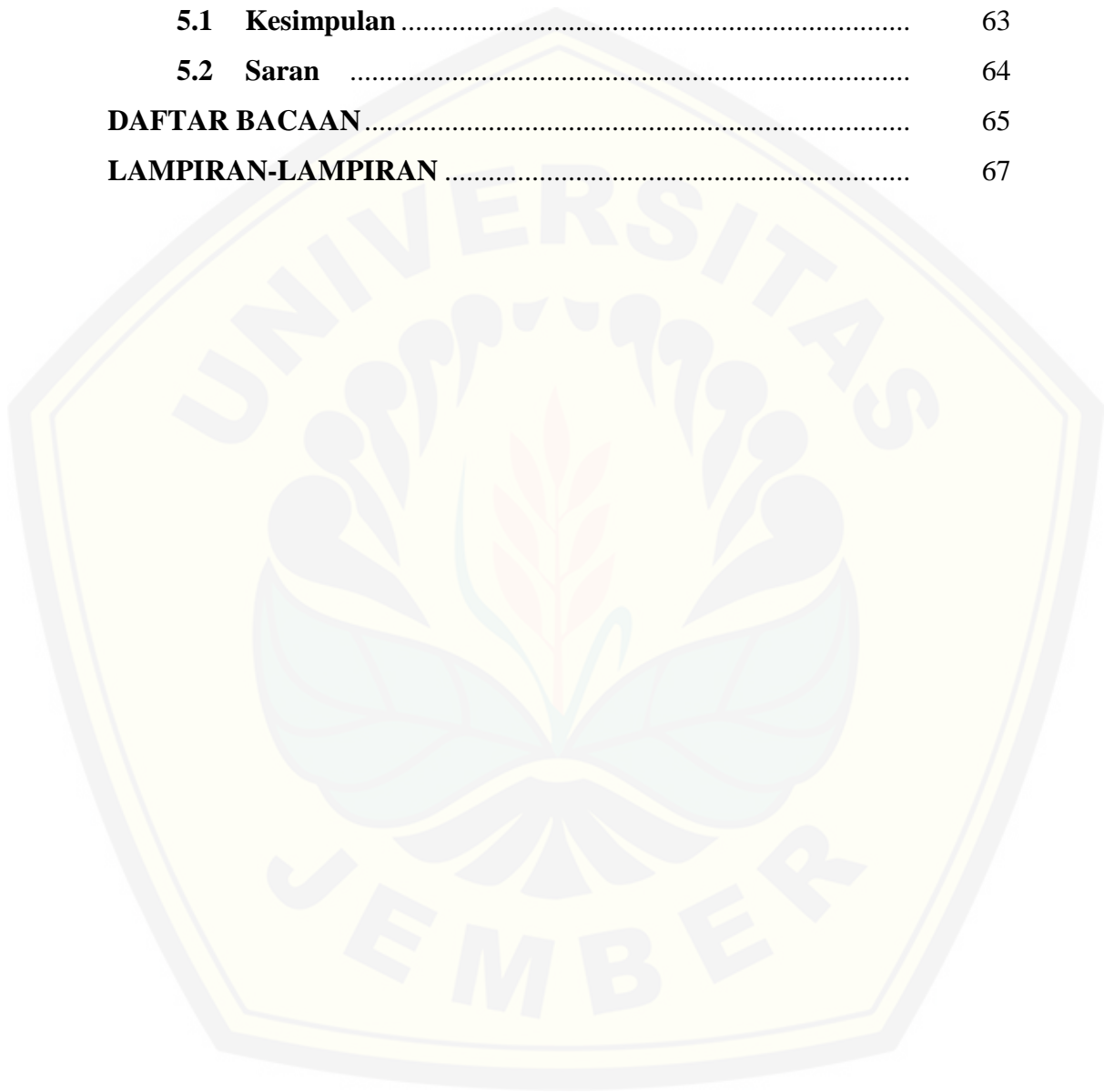
Penulis

**DAFTAR ISI**

<b>Halaman Sampul</b> .....	i
<b>Halaman Judul</b> .....	ii
<b>persembahan</b> .....	iii
<b>Motto</b> .....	iv
<b>Pernyataan</b> .....	v
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	vi
<b>Pengesahan</b> .....	vii
<b>Ringkasan</b> .....	viii
<b>Prakata</b> .....	x
<b>Daftar isi</b> .....	xii
<b>Daftar Gambar</b> .....	xiv
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Batasan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.5 Manfaat penelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	7
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	9
2.2.1 Pengertian Batik.....	9
2.2.2 Pengertian Home Industri .....	10
2.2.3 Karakteristik Home Industri.....	11
2.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kecil.....	13
2.2.5 Produksi .....	14
2.2.5 Teori Pemasaran.....	17
<b>2.3 Kerangka Berfikir</b> .....	24

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	26
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	26
<b>3.2 Tempat dan Waktu Penelitian</b> .....	26
<b>3.3 Definisi Operasional Konsep</b> .....	27
3.3.1 Profil Home Industri .....	27
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	28
3.4.1 Jenis Data .....	28
3.4.2 Sumber Data.....	28
<b>3.5 Metode Pengumpulan Data</b> .....	29
3.5.1 Metode Wawancara.....	30
3.5.2 Metode Observasi .....	30
3.5.3 Metode Dokumen.....	30
<b>3.6 Analisis Data</b> .....	31
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	33
<b>4.1 Gambaran Umum</b> .....	33
4.1.1 Gambaran Umum Profil Home Industri Batik Tatsaka .....	33
4.1.2 Lokasi Penelitian.....	34
4.1.3 Visi dan Misi batik Tatsaka .....	34
4.1.4 Struktur Organisasi .....	34
4.1.5 Tugas dan Wewenang .....	36
4.1.6 Hari dan Jam Kerja .....	37
<b>4.2 Hasil</b> .....	37
4.2.1 Produksi Home Industri Batik Tatsaka .....	37
4.2.2 Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka .....	46
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	52
4.3.1 Produksi Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi .....	52

4.3.2	Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi .....	59
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....		63
5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	63
5.2	<b>Saran</b> .....	64
<b>DAFTAR BACAAN</b> .....		65
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....		67



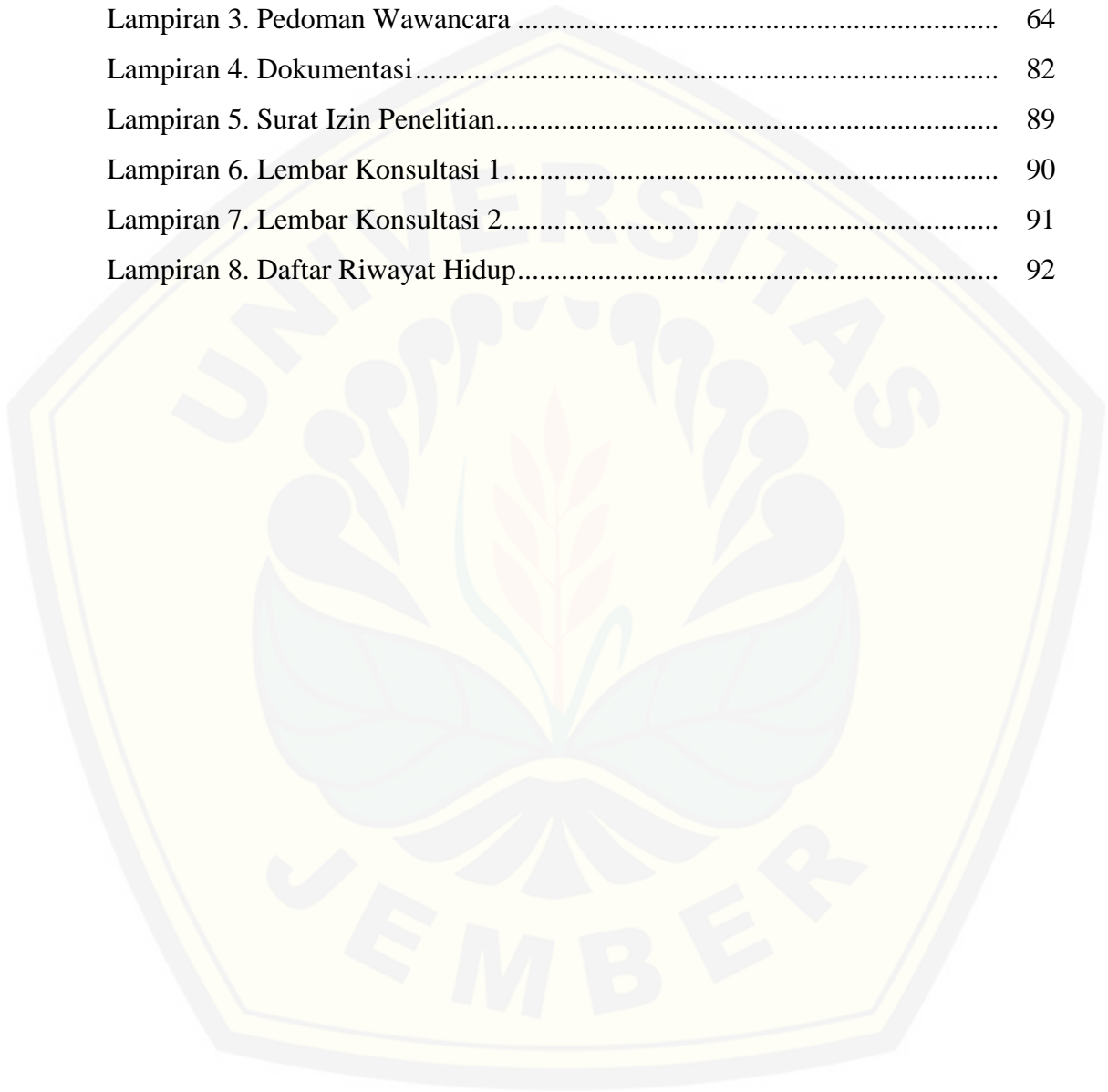
**DAFTAR GAMBAR**

2.1	Kerangka Berpikir Penelitian.....	25
2.2	Data Home Industri Batik Tatsaka .....	35



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Matriks Penelitian.....	62
Lampiran 2. Tuntunan Penelitian.....	63
Lampiran 3. Pedoman Wawancara .....	64
Lampiran 4. Dokumentasi.....	82
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	89
Lampiran 6. Lembar Konsultasi 1.....	90
Lampiran 7. Lembar Konsultasi 2.....	91
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup.....	92





## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keaneka ragam budaya, salah satunya adalah seni kerajinan batik. Hampir setiap daerah Indonesia memiliki motif dan karakter batik yang berbeda-beda. Pada mulanya kegiatan membatik merupakan kegiatan yang dilakukan wanita dilingkungan keraton yang kemudian diajarkan dari generasi ke generasi. Tahun ke tahun batik mengalami perkembangan yang cukup pesat, dimana pada jaman dahulu batik hanya dimanfaatkan sebagai pakaian pria dan wanita Indonesia pada umumnya, kemudian seiring perkembangan jaman batik dapat dijadikan menjadi berbagai jenis olahan seperti tas, sepatu, sandal, topi, dompet, jaket, dan aksesoris lainnya. Batik pada masa sekarang ini menjadi ikon budaya bangsa dan negara Indonesia. Batik merupakan identitas yang mampu mempresentasikan budaya lokal yang bernilai tinggi dimata dunia, karena keberadaannya dapat menunjukkan keragaman seni tradisional suatu daerah.

Diberbagai wilayah Indonesia batik juga berkembang sebagai industri, baik yang produksinya dalam jumlah kecil atau usaha mikro maupun produksinya dalam jumlah besar atau usaha makro, dengan kata lain industri kreatif dapat menjadi pondasi utama dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi di Indonesia. Perkembangan industri yang terus meningkat tentunya akan membawa dampak positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Salah satu industri yang ikut mendorong meningkatnya perekonomian Indonesia yaitu industri batik. Sejalan Dengan diakuinya batik sebagai warisan budaya Indonesia oleh PBB, disetiap daerah Indonesia terus berkreasi untuk mewujudkan karya kerajinan batik dengan menumbuhkan industri batik di Kabupaten atau Kota yang sebelumnya tidak memiliki produsen batik ataupun sudah memiliki produsen batik.

Industri kecil dan industri rumah tangga adalah usaha rumah tangga yang paling banyak di Indonesia. Industri ini tersebar di wilayah-wilayah Kabupaten atau Kota, sehingga kelompok usaha ini mempunyai signifikansi “lokal” yang

kusus untuk ekonomi pedesaan. Home industri mampu menjadi solusi untuk masyarakat dengan cara melibatkan diri dalam aktivitas usaha yang bersifat informal sebagai langkah transformasi dari sektor pertanian kearah non pertanian guna meningkatkan dan memenuhi kebutuhan keluarga sebaik mungkin, karena home industri merupakan lapangan pekerjaan yang tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi dan modal besar.

Pada umumnya, home industri memusatkan kegiatannya dirumah keluarga tertentu dan biasanya para karyawan berdomisili di tempat yang tidak jauh dari home industri tersebut. Meskipun industri rumah tangga adalah industri dalam skala kecil, namun pada kenyataannya industri ini mampu menciptakan peluang kerja bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga akan sangat membantu dalam upaya mengurangi jumlah angka pengangguran mengingat teknologi yang digunakan adalah teknologi padat karya.

Batik merupakan industri kreatif rumahan yang dapat dikategorikan usaha berskala kecil atau home industri. Home industri batik merupakan sektor yang menarik dan unik, karena industri batik ini mampu menciptakan karya yang unik dan memiliki inovasi juga kreatifitas tinggi. Usaha batik ini dapat bernilai ekonomis tinggi, dengan ide-ide desain yang membuat batik lebih menarik. Dengan ketelatenan yang dituangkan pada saat membatik dapat menambah nilai suatu barang yang awalnya hanya kain putih.

Usaha kerajinan home industri batik ini juga banyak dilakukan oleh masyarakat Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Di desa ini banyak keluarga yang mendirikan home industri batik. Salah satunya adalah home industri batik Tatsaka. Batik Tatsaka merupakan home industri batik yang terletak di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Batik Tatsaka sebenarnya bukan satu-satunya batik di daerah ini. Terdapat beberapa industri batik lain yang berdiri di Kecamatan Cluring. Adanya potensi untuk dikembangkan yang menjadikan peneliti memilih Batik Tatsaka ini. Batik Tatsaka didirikan oleh bapak Edi Fitrianto yang menggunakan tempat tinggalnya sebagai tempat industri.

Perkembangan batik di daerah Banyuwangi yang baik juga menentukan jumlah produksi dari perusahaan. Pemerintah Banyuwangi mewajibkan mengenakan batik khas Banyuwangi untuk pegawai negeri pada hari tertentu. Selain pegawai, sebagian besar sekolah negeri dan swasta juga mengenakan batik khas sebagai seragam sekolah. Bukan hanya para pegawai yang mengenakan batik sebagai seragam, namun sebagian sekolah negeri dan swasta di daerah Banyuwangi juga dianjurkan untuk mengenakan baju batik. Adanya kebijakan-kebijakan tersebut menjadi peluang usaha yang menjanjikan.

Di desa Tampo kecamatan Cluring tersebut batik “Tatsaka” memproduksi batiknya. Proses produksi batik memiliki beberapa tahapan. Tahapan awal adalah pembuatan desain motif yang akan dibuat gambar pada kain. Kemudian jika batik cap, maka akan dilakukan pengecapan pada kain dan jika batik tulis, maka desain batik langsung digambar pada kain putih yang kemudian akan digambar menggunakan malam. Kemudian proses selanjutnya adalah pewarnaan yang akan dilanjutkan dengan penguncian warna. Selanjutnya dijemur pada panas matahari.

Jumlah produksi terbanyak di batik Tatsaka adalah batik cap. Banyaknya produksi batik cap terjadi karena selain bagus, harga dari batik cukup terjangkau disbanding dengan batik tulis. Walaupun batik tulis cenderung mahal, namun output produksi juga cukup bagus. Batik Tatsaka dapat memproduksi batik kurang lebih 500 lembar per bulannya. Banyaknya pesanan juga berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja. Tenaga kerja sebagai sumber daya digunakan untuk membantu proses produksi secara langsung maupun tak langsung. Apalagi dalam proses pembuatan batik tulis yang langsung dilukis oleh tenaga kerja itu sendiri. Tenaga kerja sangat dibutuhkan untuk membantu proses membatik terutama saat membuat pola pada kain dan mencanting batik tulis.

Home industri batik Tatsaka mempunyai beberapa produk batik yaitu batik tulis, batik cap, batik semi tulis, dan batik semi warna. Batik Tatsaka juga menampilkan karakteristik yang terletak pada motif khas Banyuwangi. Batik khas Banyuwangi mempunyai beberapa motif, antara lain batik gajah oleng, kangkung setingkes, alas kobong, paras gempal, kopi pecah, gedekan, ukel, moto pitik, sembruk cacing, blarak semplah, gringsing, sekar jagad.

Home industri batik Tatsaka dalam kegiatan pemasarannya sebenarnya tidak memiliki perbedaan, akan tetapi dalam memasarkan produknya batik Tatsaka memiliki karakteristik tersendiri. Batik Tatsaka sebagai salah satu jenis industri kreatif yang kegiatan pemasarannya perlu menggunakan suatu strategi yang tepat agar dapat memenuhi tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Strategi pemasaran merupakan suatu rencana atau rancangan besar tentang bagaimana gambaran sebuah industri rumahan maupun beroperasi untuk mencapai tujuannya. Oleh karena itu, seiring dengan meningkatnya produk batik Tatsaka strategi pemasaran diperlukan untuk mencari posisi pemasaran yang tepat dan menguntungkan dalam mengembangkan usahanya, khususnya dalam memasarkan produk batik Tatsaka.

Promosi yang dilakukan oleh batik Tatsaka dalam lebih mengenalkan hasil produksinya kepada masyarakat dengan mengikuti pameran-pameran yang diadakan. Dengan demikian home industri batik Tatsaka akan lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu home industri batik Tatsaka juga melakukan promosi di media sosial. Adanya media sosial membantu batik Tatsaka melakukan promosi yang bisa dilihat oleh banyak orang. Batik Tatsaka juga memasarkan hasil produksinya di toko yang bertempat di rumah produksi yaitu Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan membahas skripsi dengan judul **“Profil Produksi dan Bauran Pemsaran Home Industri Batik “Tatsaka” di Desa Tampo Kecamatn Cluring Kabupaten Banyuwangi”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

Ruang lingkup disini perlu dibatasi. Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada produksi batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi
2. Memfokuskan pada bauran pemasaran batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produksi home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimana pemasaran home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan:

1. Untuk mendeskripsikan produksi home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mendeskripsikan pemasaran home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah

1. Bagi Peneliti  
Memberikan pengalaman dalam mengaplikasikan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dan sebagai wahana untuk memperoleh pengetahuan baru dalam bidang penelitian dan penulisan karya ilmiah terutama dalam hal profil home industri.
2. Bagi Perguruan Tinggi  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik sebagai tambahan referensi dan bahan kepustakaan yang dapat digunakan

sebagai bahan acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.

3. Bagi Home Industri Batik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan untuk perkembangan usahanya.



## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi tujuan penelitian terdahulu yang sejenis, dan teori lain yang menjadi landasan dalam penyusunan penelitian ini. Landasan teori dalam penelitian ini meliputi, penelitian terdahulu, pengertian home industri, karakteristik home industri, pengertian profil home industri, indikator home industri.

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang sejenis yang dijadikan acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini, yang pertama adalah penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Hayik Heditullah tahun 2017 dengan judul “Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember”. Penelitian tersebut diambil untuk dijadikan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian inibahwa 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 di toko 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 di toko UD. Bintang Timur.

Penelitian terdahulu dan penelitian yang sekarang terdapat persamaan dan perbedaan. Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah jenis penelitiannya yang digunakan yaitu kualitatif serta sama-sama membahas tentang pemasaran batik. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian

terdahulu hanya meneliti tentang pemasaran pada Batik Labako UD. Bintang Timur. Sedangkan pada penelitian sekarang meneliti tentang profil produksi dan pemasaran home industri Batik Tatsaka. Kontribusinya sebagai acuan dan pertimbangan berfikir yang memperkuat penelitian ini, yaitu penggunaan metode analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya sangat efektif dalam membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah oleh Triana Anjarwati tahun 2015 dengan judul “Analisis Perkembangan Produksi Industri Kerajinan Batik Khas Banyuwangi di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi Tahun 2010-2014”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah produksi batik cap dantulis dengan kain primisima dan prima di Virdes Batik Collection mengalami peningkatan dan penurunan dari tahun ke tahun. Penurunan jumlah produksi batik tulis dan batik cap terjadi pada tahun 2011 dan pada tahun 2012 hingga tahun 2014 produksi mengalami peningkatan. Peningkatan dan penurunan jumlah produksi batik tulis dan batik cap yang paling utama disebabkan oleh permintaan konsumen. Perusahaan menurunkan jumlah produksi karena stok di gallery masih banyak. Selain itu, adanya pesaing baru yang muncul di desa tersebut juga berdampak pada penurunan hasil produksi.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif serta sama – sama membahas tentang produksi batik. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian terdahulu membahas tentang analisi perkembangan produksi batik. Sedangkan penelitian sekarang membahas tentang profil produksi dan pemasaran home industri batik Tatsaka. Kontribusinya sebagai acuan dan pertimbangan berfikir yang memperkuat penelitian ini, yaitu penggunaan metode analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya sangat efektif dalam membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini.



## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Batik

Menurut Djumena dalam Encus(2013:07) seni batik adalah salah satu kesenian khas Indonesia yang telah berabad-abad lamanya hidup dan berkembang, sehingga merupakan salah satu bukti peninggalan sejarah budaya bangsa Indonesia. Banyak hal yang dapat terungkap dari seni batik, diantaranya adalah latar belakang kebudayaan, kepercayaan, adat istiadat, sifat, tata kehidupan, lingkungan alam, cita rasa, tingkat ketrampilan dan lain-lain.

Dalam bahasa Jawa kata batik berasal dari kata “ambatik”, yaitu kata “amba” yang berarti menulis dan akhiran “tik” yang berarti titik kecil, tetesan atau membuat titik. Jadi batik mempunyai arti menulis atau melukis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Soemarjadi dkk(2001:135) batik diartikan sebagai corak atau gambar (pada kain) yang pembuatannya secara kusus dengan menerakan malam kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.

Pendapat lain mengenai batik menurut Dedi dalam Encus(2013:8) Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi yang telah menjadi bagian dari budaya Indonesia, khususnya Jawa. Batik merupakan tekstil tradisional di Indonesia yang menggunakan motif, teknik dan warna kusus yang menghiasi kain. Batik diproduksi di berbagai tempat terutama di pulau Jawa. Setiap daerah memiliki keunikan dan ciri khas batik, baik dalam ragam hias maupun tata warna. Pada dasarnya, batik termasuk salah satu jenis seni lukis. Bentuk-bentuk yang dilukis diatas kain tersebut disebut dengan ragam hias.

Sesuai dengan perkembangan jaman batik juga memulai berkembang jenisnya, yang awalnya hanya berupa batik tulis sekarang sudah terdapat banyak batik, antara lain batik ikat celup, batik cap, batik printing, dan batik sablon.

Batik Tatsaka masih menggunakan cara tradisional dalam memproduksi batiknya. Maka dari itu, batik Tatsaka membutuhkan tenaga kerja untuk proses produksi. Tenaga kerja merupakan faktor produksi mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan. Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat penting dalam melakukan proses produksi. Tenaga kerja batik termasuk ke dalam tenaga kerja terdidik dan terlatih. Tenaga kerja terdidik dan terlatih dalam

pembuatan batik adalah para pembatik tulis. Mereka membutuhkan pendidikan non formal berupa pelatihan untuk membuat pola dan desain batik. Mereka juga membutuhkan latihan berkali-kali agar dapat membuat batik tulis yang bagus dan halus. Selainnya dapat dikatakan sebagai tenaga kerja terlatih saja. Walaupun terlihat sepele, proses pewarnaan, pemotongan kain, proses membersihkan kain batik dari lilin membutuhkan latihan berkali-kali agar hasil kain batik semakin bagus.

Home industri batik Tatsaka memproduksi batik khas Banyuwangi. Salah satunya adalah batik gajah oling yang merupakan bentuk dasar batik Banyuwangi. Batik Tatsaka mengembangkan motif batik gajah oling dengan sedemikian rupa supaya dapat mengikuti selera pasar. Selain itu, batik Tatsaka juga menampilkan berbagai motif batik Banyuwangi lainnya.

### 2.2.2 Pengertian Home Industri

Home industri atau industri rumah tangga juga sering disebut dengan usaha mikro dan usaha kecil, pendapat ini diperkuat dengan pendapat Tambunan (2012:190) seperti di negara berkembang lainnya, khususnya kelompok negara-negara berpenghasilan menengah dan rendah usaha mikro dan usaha kecil di industri manufaktur biasa disebut industri rumah tangga yang jumlahnya banyak. Home industri merupakan tahap awal pembangunan industri ekonomi yang masih dicirikan sebagai ekonomi agraris. Usaha mikro disebut juga industri rumah tangga, dan kegiatan-kegiatan membatik merupakan tipe paling tradisional dari perusahaan-perusahaan di manufaktur namun paling dominan baik dalam jumlah unit usaha maupun dalam jumlah pekerja dilihat dari persentase jumlah tenaga kerja di sector manufaktur.

Home industri adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penghasilan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) (Tambunan, 2012:18).

Menurut Undang-Undang Dasar RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM BAB 1 pasal 1 menyebutkan bahwa usaha mikro adalah unit usaha produktif milik

orang perorang dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa home industri adalah unit-unit usaha produktif milik orang perorang dan/atau badan usaha perorangan yang sifatnyan lebih tradisional, tidak menerapkan pembukuan serta masih menggunakan alat-alat tradisional atau semi modern dalam melakukan produksi. Home industri biasanya belum terdaftar secara resmi di lembaga perindustrian dan jarang atau tidak membayar pajak.

Usaha batik yang dilakukan oleh pemilik dikatakan home industri karena usaha ini dimiliki oleh keluarga yang melakukan usaha nya di rumah dan yang bekerja disana adalah warga sekitar home industri. Alat-alat yang digunakan juga bersifat tradisional dan semi modern. Home industri batik Tatsaka ini memiliki ciri khas tersendiri dalam desain pembuatan batik.

### 2.2.3 Karakteristik Home Industri

Menurut Tambunan (2012:7) karakteristik utama dalam Home industri yaitu :

1. Berorientasi di sektor informal

Home industri berorientasi di sector informal dan biasanya usaha tidak terdaftar dalam lembaga resmi atau di kantor perindustrian sehingga pelaku Home industri tidak pernah atau jarang membayar pajak usaha.

2. Organisasi dan Manajemen dilakukan oleh pemilik

Home industri dijalankan oleh pemiliknya. Home industri juga tidak menerapkan pembagian tenaga kerja internal. Selain itu, home industri juga tidak menerapkan manajemen, struktur organisasi dan sistem pembukuan formal seperti pada usaha menengah atau usaha-usaha besar.

3. Pelaku produksi menggunakan anggota keluarga

Kebanyakan pelaku usaha pada home industri menggunakan anggota-anggota keluarga yang tidak di bayar.

4. Kegiatan produksi menggunakan mekanisasi sangat rendah dan manual

Kegiatan produksi yang digunakan dalam home industri adalah mekanisasi yang sangat rendah dan umumnya manual. Pada home industri tingkat teknologi yang digunakan sangat rendah bahkan masih bersifat manual atau tradisional.

5. Pemasaran bebas

Umumnya home industri hanya menjual produknya ke pasar lokal untuk kelompok berpendapatan rendah.

6. Pemilik usaha memiliki pendidikan rendah dan dari keluarga miskin

Kebanyakan orang-orang yang melakukan home industri adalah kelompok miskin yang berpendidikan rendah (bahkan banyak tidak menamati sekolah dasar). Motivasi utama pada pelaku home industri bersifat survival atau mencoba-coba. (Tambunan, 2012:40). Karena pendidikan rendah, sehingga mereka tidak ada harapan untuk bisa mendapatkan pekerjaan terutama di sektor formal dengan pendapatan yang baik jadi sebagai alternatif satu-satunya untuk bisa bertahan hidup adalah dengan membuka usaha rumah tangga.

7. Menggunakan bahan baku dan modal sendiri

Selain tenaga kerja, modal merupakan input penting dalam membangun sebuah industri atau perusahaan. Kebanyakan home industri menggunakan bahan baku lokal dan menggunakan uang sendiri. Sebagian besar modal kerja maupun investasi di industri manufaktur salah satunya adalah home industri berasal dari sumber-sumber informal.

8. Tidak memiliki hubungan bisnis dengan usaha besar dan program pemerintah

Home industri tidak menggunakan akses ke program pemerintah dan tidak punya hubungan-hubungan bisnis dengan usaha-usaha besar. Home industri biasanya hanya melakukan usaha sendiri karena pemasarannya yang tidak begitu luas dan output yang dihasilkan serta modal yang dimiliki terbatas sehingga tidak dapat menjangkau pada usaha besar.

Usaha batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi tergolong pada home industri karena usaha batik sesuai dengan karakteristik dari home industri atau industry rumah tangga, dimana permodalan

usaha yang digunakan menggunakan modal sendiri dan tidak membedakan anatar asset pribadi dan perusahaan. Selain itu, produksi dilakukan secara tradisional dan manajemen orientasi pada usaha batik Tatsaka tidak dilakukan secara formal.

#### 2.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kecil

Suatu usaha yang dimiliki oleh perorangan pasti tidak akan luput dari adanya peningkatan serta penurunan usaha yang dimiliki tersebut. Usaha kecil, dengan karakteristik skalanya yang serba terbatas ternyata memiliki sejumlah kekuatan. Kekuatan dimaksud terletak pada kemampuan melakukan fleksibilitas dalam menghadapi berbagai tantangan lingkungan. Setiap kegiatan usaha yang secara ekonomis tidak mungkin dilakukan oleh usaha skala besar pada dasarnya menjadi kekuatan usaha kecil. Menurut Mulyadi (2012:38) kekuatan dan kelemahan usaha kecil akan dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Kekuatan Usaha Kecil

Telah diutarakan diatas bahwa usaha yang menurut perhitungan skala ekonomis tidak mungkin dilakukan oleh perusahaan besar pada dasarnya menjadi kekuatan perusahaan kecil. Diantara sekian banyak kekuatan dimaksud meliputi, antara lain:

1. Mengembangkan kreativitas usaha baru.
2. Melakukan inovasi.
3. Ketergantungan usaha besar terhadap usaha kecil
4. Daya tahan usaha kecil pasca krisis tahun 1989

##### b. Kelemahan Usaha Kecil

Sebaliknya dari sejumlah kekuatan ternyata usaha kecil juga tidak luput dari faktor kelemahan. Faktor kelemahan juga disebabkan oleh karakteristik ukuran yang kecil. Diantara kelemahan-kelemahan yang melekat kepada usaha kecil antara lain:

1. Lemahnya keterampilan manajemen
2. Tingkat kegagalan dan penyebabnya

### 3. Keterbatasan sumberdaya

#### 2.2.5Produksi

Produksi adalah perubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen (Swastha, 2007:280). Menurut Sumarni (2003:205) produksi adalah “semua kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa, dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi yang tersedia”. Produksi pada home industri atau usaha kecil mempunyai ciri khas yakni sederhana tahapannya, masing-masing tahapan produksi saling berpengaruh dengan tahapan lainnya. Dalam proses produksi pengusaha harus memperhatikan perencanaan, pemasaran, keuangan, organisasi dan personalia ditambah dengan dasar-dasar manajemen produksi. Pengusaha tidak hanya cukup pandai membuat barang tetapi juga harus pandai membuat barang yang laku dan disukai pembeli, berbeda dengan industri raksasa yang dapat mengadakan riset produk secara besar-besaran.

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi produksi, antara lain tanah, modal, tenaga kerja, dan kewirausahaan. Menurut Putong (2007:184) faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi adalah manusia (tenaga kerja = TK), modal (uang atau alat modal seperti mesin = M), sumber daya alam (tanah = T), dan skill (teknologi = T). Pendapat lain tentang faktor produksi yang juga dikemukakan oleh Sukirno (2009:193) faktor produksi dibedakan menjadi empat golongan, yaitu tenaga kerja, tanah, modal, dan keahlian keusahawan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor produksi dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu mulai dari sumber daya alam (tanah, air, sinar matahari, dan lain sebagainya), sumber daya manusia, modal dan bakat kewirausahaan.

Menurut Swastha (2007:285) fungsi produksi adalah menciptakan barang dan/atau jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada waktu harga dan jumlah yang tepat. Karena itu, agar fungsi produksi dapat berperan dengan baik perencanaan produksi merupakan hal yang penting untuk dilaksanakan. Perencanaan produksi merupakan hal yang penting untuk dilaksanakan.

Perencanaan produksi meliputi keputusan-keputusan yang menyangkut dan berkaitan dengan masalah-masalah pokok yang meliputi :

1. Jenis barang yang akan dibuat
2. Jumlah barang yang akan dibuat
3. Cara pembuatan (penggunaan peralatan yang dipakai)

Adapun hal utama yang harus diperhatikan dalam melakukan suatu produksi menurut Choirul (2012) adalah tersedianya bahan mentah, tersedianya tenaga kerja, proses produksi, dan proses pengemasan, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tersedianya bahan baku

Bahan baku merupakan bahan dasar dari pembuatan suatu barang hasil produksi. Dimana bahan baku merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pemilik suatu usaha dalam melakukan suatu proses produksi. Dengan tersedianya bahan baku yang memadai, maka proses produksi juga akan berjalan dengan lancar dan tidak mengalami hambatan. Pengertian bahan baku menurut Mulyadi (2007:12) merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud lain. Pada home industri batik Tatsaka membutuhkan beberapa bahan baku yang akan digunakan dalam pembuatan batik, diantaranya kain, malam dan pewarna.

2. Tersedianya tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan suatu komponen yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha dalam melakukan proses produksi pada suatu industri kecil. Dalam UU Nomor 25 tahun 1997 tentang ketenagakerjaan menyebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang laki-laki maupun wanita yang sedang dalam atau akan melakukan pekerjaan, baik luar maupun dalam hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan adanya tenaga kerja pada suatu usaha kecil, maka proses produksi pada usaha tersebut akan mengalami

kemudahan dan dapat menyelesaikan proses produksi sesuai dengan target yang sudah ditetapkan.

Berdasarkan kualitasnya, tenaga kerja dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. Tenaga kerja terdidik

Tenaga kerja terdidik adalah tenaga kerja yang memiliki suatu keahlian atau kemahiran dalam bidang tertentu dengan cara sekolah atau pendidikan formal dan non formal.

2. Tenaga kerja terlatih

Tenaga kerja terlatih adalah tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam bidang tertentu melalui pengalaman kerja. Tenaga kerja terampil ini dibutuhkan latihan berulang-ulang sehingga mampu menguasai pekerjaan tersebut.

3. Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih

Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih adalah tenaga kerja kasar yang hanya mengandalkan tenaga saja. (<http://ad.m.wikipedia.org/wiki/Tenagakerja>)

Berdasarkan kualitasnya, tenaga kerja batik dapat digolongkan ke dalam tenaga kerja terlatih. Tenaga kerja terlatih dalam pembuatan batik adalah para pembatik tulis. Mereka membutuhkan pelatihan untuk membuat pola dan desain batik. Mereka juga membutuhkan latihan berkali-kali agar dapat membuat batik tulis yang bagus dan halus. Selainnya juga dapat dikatakan sebagai tenaga kerja terlatih saja. Walaupun terlihat sepele, proses pewarnaan, pemotongan kain, proses membersihkan kain batik dari lilin membutuhkan latihan berkali-kali agar hasil kain batik semakin bagus.

Begitu halnya dengan tenaga kerja pada home industri batik Tatsaka juga merupakan suatu yang penting yang harus diperhatikan oleh pemilik. Adapun tenaga kerja yang bekerja di home industri batik ini berjumlah 33 orang yang berasal dari sekitar tempat home industri tersebut. Tenaga kerja dibagi dalam bagian-bagian dalam proses



pembuatan batik, antara lain bagian batik cap, bagian batik tulis, bagian pewarnaan dan ngelorot, bagian finishing, dan bagian pemasaran.

### 3. Proses produksi

Proses produksi merupakan hal yang sangat penting pada home industri batik Tatsaka. Dimana perkembangan suatu home industri tergantung pada proses produksi pada home industri tersebut. Menurut Sumarni (1998:206) proses produksi yaitu cara, metode atau teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang/jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang ada. Terdapat beberapa proses produksi pada home industri batik Tatsaka, yaitu proses pengecapan atau nyanting, proses pewarnaan, proses ngelorot, dan proses finishing.

### 4. Proses pengemasan

Proses pengemasan merupakan suatu proses yang terakhir dilakukan dalam proses produksi pada home industri. Menurut Sinungan (2005:28) pengemasan adalah suatu proses dalam melakukan pembungkusan pada suatu barang untuk siap dipasarkan. Hal ini dikarenakan adanya pengemasan barang yang bagus dan berkualitas, maka akan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Begitu juga dengan home industri batik Tatsaka, yang mempunyai pengemasan dengan berbagai desain yang menarik. Ada beberapa pengemasan pada home industri batik Tatsaka, antara lain tas dari kertas, kotak dari kertas, dan plastik yang semuanya sudah di desain oleh batik Tatsaka.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka komponen dalam proses produksi pada home industri meliputi, bahan baku, proses produksi, tenaga kerja, dan proses pengemasan, begitu halnya juga pada home industry batik Tatsaka.

#### 2.2.5 Teori Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh home industri atau usaha kecil untuk dapat melangsungkan hidup perusahaan agar bisa terus

berkembang dan memperoleh keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukan. Setiap pengusaha dalam mengembangkan usahanya membutuhkan pemasaran yang tepat, sehingga berhasil atau tidaknya suatu perusahaan mencapai tujuan yang diinginkan tergantung pada efektif dan tidaknya pemasaran yang dilakukan dengan menciptakan produk pasar, harga, dan promosi agar mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Umumnya pemasaran meliputi tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan barang kepada konsumen baik perorangan maupun kelompok.

Pemasaran merupakan penghubung antara produsen dan konsumen, dimana aktivitas pemasaran itu dilakukan pertama kali sebelum harga dan jasa di distribusikan sampai ke konsumen. Tujuan pemasaran bukan hanya memperluas penjualan hingga kemana-mana. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri.

Menurut Sumarni (2003:261) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, dan promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat selesainya proses produksi, jika tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan. Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika berharap usahanya dapat berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Asosiasi pemasaran Amerika (dalam Kotler, 2009:5) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Menangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan keterampilan. Kegiatan pemasaran setidaknya dilakukan dibawah filosofi yang

telah dipikirkan secara matang tentang pemasaran yang efektif, efisien dan bertanggung jawab sosial.

Jadi, jaminan yang baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan. Dari beberapa pengertian pemasaran diatas Nampak bahwa kegiatan pemasaran jauh lebih luas dari pada kegiatan menjual dan mengiklankan. Penjualan dan pengiklanan adalah bagian dari promosi, dan promosi adalah suatu bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran meliputi semua tahapan, yaitu mulai dari penciptaan produk hingga pada pelayanan purna jual setelah transaksi itu terjadi.

Menurut Swastha (2007:) pemasaran merupakan fungsi pokok bagi perusahaan. Semua perusahaan berusaha memasarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pada saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Untuk memasarkan suatu produk, perusahaan atau industri membutuhkan strategi untuk pemasarannya. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk berkembangnya suatu usaha.

Menurut Sumarni (2003:273) terdapat 4 (empat) unsur dalam bauran pemasaran (marketing mix) yaitu : produk, harga, promosi, dan tempat (saluran distribusi), atau sering disebut 4P (Product, Price, Promotion, Place). Untuk mencapai tujuan pemasaran, maka keempat unsur tersebut harus saling mendukung satu sama lain atau dengan kata lain, manajemen harus berusaha agar variabel-variabel marketing mix itu dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Jadi tidak hanya salah satu komponen saja yang diprioritaskan, tetapi apabila perusahaan ingin memenuhi kebutuhan secara memuaskan maka harus didukung oleh keempat unsur tersebut.

#### a. Produk

Produk yaitu setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni, 2003:274). Menurut Swastha (2007:194) produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba, termasuk

bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Dapat disimpulkan bahwa produk adalah suatu bentuk penawaran barang dan jasa perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

Pada home industri batik Tatsaka terdapat beberapa produk batik yang diproduksi. Antara lain batik cap, batik tulis, batik semi tulis, dan batik semi warna. Batik Tatsaka juga menampilkan karakteristik yang terletak pada motif khas Banyuwangi. Batik Banyuwangi mempunyai beberapa motif, antara lain batik gajah oleng, kangkung setingkes, alas kobong, paras gempal, kopi pecah, gedekan, ukel, moto pitik, sembruk cacing, blarak semplah, gringsing, sekar jagad.

#### b. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang dan jasa tertentu bagi seseorang. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang dan jasa tertentu, maka makin tinggi pula nilai tukar barang dan jasa serta makin besar pula alat tukar yang bersedia dikorbankan. Harga merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karena harga akan mempengaruhi volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan.

Kebijakan perencanaan produk, penyaluran barang maupun penggunaan media promosi yang baik tidak akan menghasilkan sesuatu bila kebijakan tentang harga tidak diperhatikan. Tujuan dari penetapan harga adalah untuk memperoleh kembali apa yang sudah dikeluarkan. Berapa besar pengembalian dari keuntungan yang diperoleh dapat ditetapkan dengan presentase.

Menurut Sumarni (2003:281) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan pekerjaan yang mudah. Seringkali perusahaan menetapkan harga terlalu berorientasi pada biaya dan kurang meninjau perubahan pasar. Oleh karena itu perusahaan harus mengikuti perkembangan harga dan situasi pasar. Apabila

selama batas waktu tertentu keadaan menguntungkan, maka kebijakan harga tersebut ditinjau kembali apabila situasi dan kondisi perusahaan mengalami perubahan, sehingga tidak mungkin lagi untuk dipertahankan agar produsen maupun konsumen tidak saling dirugikan.

Menurut Novandari (dikutip dari <http://www.google.co.id/url-strategi-pemasaran-produkumkm.pptx.html> pada tanggal 04 Juli 2014) dalam menetapkan harga untuk suatu produk tertentu, UMKM perlu memperhatikan strategi harga yang meliputi:

- 1) Penentuan harga berdasarkan biaya produksi (cost accounting+profit). Sesuai dengan prinsip bahwa perusahaan patut mendapatkan keuntungan, maka harga jual yang ditetapkan harus lebih besar dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk barang sehingga masih ada selisih yang disebut laba.
- 2) Penentuan harga yang sesuai dengan harga yang diberlakukan oleh kompetitor. Umumnya masyarakat konsumen akan membandingkan harga barang yang ditawarkan dengan harga yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Hal ini disebabkan konsumen akan berusaha mengurangi pengorbanan uangnya dan membeli barang dengan harga yang lebih rendah untuk mendapat barang yang mutunya sama.
- 3) Dalam keadaan persaingan bebas, konsumen cenderung ingin membayar harga yang lebih rendah dari pada yang diperhitungkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan terutama UMKM harus mampu mencari cara untuk menekan harga jual produk. Dalam rangka menekan harga atas produk yang dihasilkan dengan tanpa merugikan perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan penekanan biaya produksi dengan cara memproduksi barang yang lebih efisien, dengan penggunaan teknologi baru, atau mengurangi pemborosan, misalnyan pemakaian bahan baku dapat dihemat tanpa mengurangi mutu, atau bahan baku pengganti yang dapat menghasilkan mutu yang sama.

Strategi penentuan harga atas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan terutama UMKM harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

Menurut Kasmir (2006:176) penentuan harga yang ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya agar produk dan jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal.

3. Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperkuat *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4. Mutu produk

Tujuan penetapan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.

5. Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau lebih rendah.

Harga mencerminkan kualitas produk. Penentuan harga juga ditentukan dengan harga pesaing, penentuan harga dengan pesaing memiliki pengertian bahwa menentukan harga produk dengan berpatokan pada harga yang ditawarkan

oleh produk pesaing yang sejenis. Hal tersebut yang menjadi pedoman pada home industri batik Tatsaka dalam menentukan harga produknya.

### c. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Promosi bertujuan memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian. Menurut Swastha (2007:222) promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Tjiptono (2000:219) promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk dan mengingatkan pasar atas perusahaan atau produknya yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasa dengan berbagai macam cara promosi agar dikenal masyarakat. Promosi adalah suatu kegiatan dibidang pemasaran berupa komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil kepuasan pembeli di perusahaan tersebut.

Menurut Swastha (2007:222) ada beberapa kegiatan yang ada dalam promosi, pada umumnya ada empat, yaitu :

#### 1. Periklanan

Periklanan adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu.

## 2. Personal Selling

Personal selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu maka yang ditunjuk untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

## 3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan ini merupakan istilah yang berbeda dengan istilah promosi meskipun sama-sama menggunakan kata promosi. Promosi penjualan hanya merupakan satu kegiatan dalam promosi. Seperti pameran suatu produk.

## 4. Publisitas

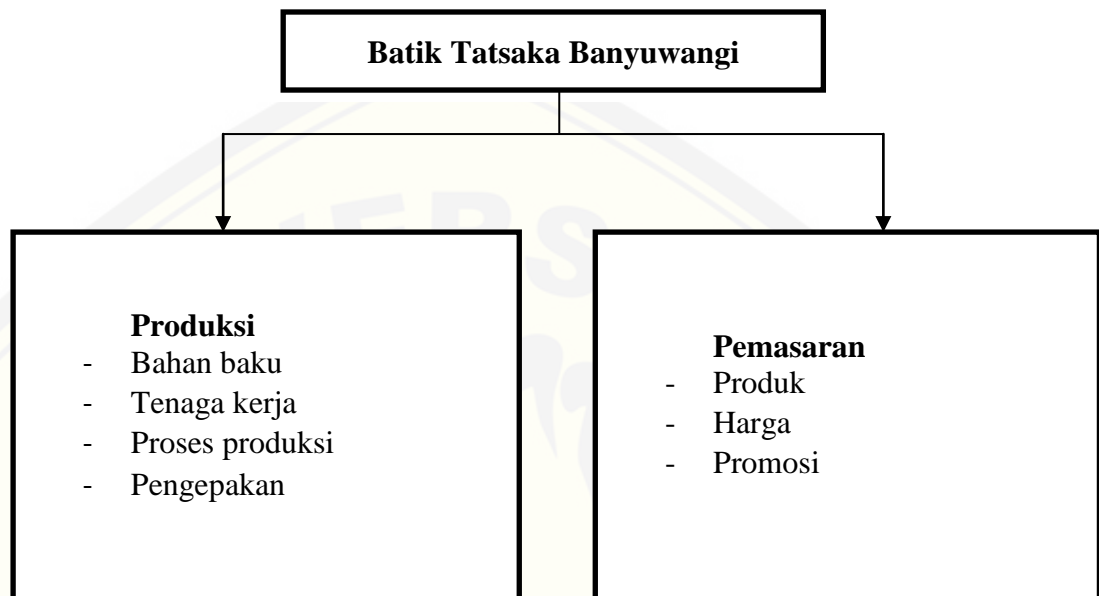
Publisitas ini merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui suatu media. Namun, informasi yang tercantum tidak berupa iklan tetapi berita. Hal ini dapat kita jumpai pada media-media seperti surat kabar, majalah, televisi, dan sebagainya.

Home industri batik Tatsaka melakukan promosi dengan mengiklankan produknya di radio. Selain di radio, home industri batik Tatsaka juga memanfaatkan interaksi antar individu yang saling bertemu muka dengan tujuan menimbulkan penjualan. Home industri batik Tatsaka juga sering mengikuti pameran untuk lebih mengenalkan produknya kepada masyarakat.

## 2.2 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir ini menjelaskan kerangka teoritis tentang Profil Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan teori-teori yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut :





Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan :

Peneliti memperoleh data dari home industri yang bertempat di perusahaan kecil milik Bapak Edi dari beberapa aspek yang meliputi produksi dan pemasaran. Dari data tersebut jika digabungkan menjadi satu-kesatuan akan terbentuk profil produksi dan pemasaran home industri batik Tatsaka.

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan bab yang akan membahas tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti. Pada bab ini akan dipaparkan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek penelitian, definisi operasional konsep, jenis data dan sumber data, teknik dan alat perolehan data, serta teknik pengolahan data dan analisis data.

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka pendekatan yang akan digunakan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau situasi yang sedang berjalan pada saat penelitian dilakukan. Sehingga peneliti akan memperoleh informasi – informasi yang penting yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ditentukan dengan metode purposive, yaitu menentukan daerah penelitian atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan dari penelitian. Adapun tempat penelitian dilakukan pada Home Industri Batik “Tatsaka” di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Adapun pertimbangan memilih tempat penelitian adalah sebagai berikut :

- Belum adanya penelitian sejenis yang dilakukan di Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.
- Home Industri Batik “Tatsaka” ini lebih menarik dibandingkan home industri lain yang ada di daerah tersebut karena adanya potensi untuk dikembangkan.

Hal ini yang medasari peneliti untuk emnjadikan Home Industri Batik Tatsaka sebagai tempat penelitian. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini, di mulai pada awal bulan Desember 2016, sampai dengan penyusunan laporan hasil penelitian.

### **3.3 Definisi Operasional Konsep**

#### **3.3.1 Profil Home Industri**

Yang dimaksud profil home industri dalam penelitian ini adalah gambaran umum industri batik Tatsaka di desa Tampo kecamatan Cluring kabupaten Banyuwangi yang berkaitan dengan usahanya dalam mendirikan serta meningkatkan usaha kecil/rumah usaha yang dimilikinya tersebut. Dalam penelitian ini akan membahas tentang:

##### **1. Produksi**

Produksi dalam penelitian ini merupakan kegiatan yang menambah kegunaan suatu barang pada home industri batik Tatsaka. Adapun pentingnya produksi dilihat dari penggunaan bahan baku, proses produksi, tenaga kerja, dan pengemasan.

- **Bahan baku**

Bahan baku yang diperlukan dalam proses pembuatan batik adalah kain. Sedangkan untuk alat-alat dan bahan lain yang dibutuhkan adalah malam, pewarna, canting, canting cap, meja cap, wajan dan kompor, waterglass, dan gawangan.

- **Tenaga kerja**

Tenaga kerja pada home industri batik Tatsaka berasal dari warga sekitar batik Tatsaka. Kualitas tenaga kerja pada batik Tatsaka adalah tenaga kerja terlatih. Tenaga memiliki bagian-bagian masing-masing pada proses pengerjaannya.

- **Proses produksi**

Terdapat beberapa proses produksi pada home industri batik Tatsaka, yaitu proses pengecapan atau nyanting, proses pewarnaan, proses ngelorod, dan proses finishing.

- Proses pengemasan

Pengemasan pada home industri batik Tatsaka ini dikemas dengan kemasan yang sudah didesain oleh batik Tatsaka. Ada beberapa pengemasan yaitu tas dari kertas, kotak dari kardus, dan plastik.

## 2. Pemasaran

Pemasaran dalam penelitian ini merupakan suatu proses dalam memasarkan produk yang dihasilkan dari home industri batik Tatsaka. Adapun pentingnya pemasaran dilihat dari lokasi pemasaran, saluran pemasaran, kebijakan harga, dan konsumen.

- Produk

Produk yang dihasilkan oleh home industri batik Tatsaka yaitu batik tulis, batik cap, batik semi tulis, dan batik semi warna.

- Harga

Harga merupakan nilai tukar suatu produk pada batik Tatsaka yang ditentukan dengan melihat biaya produksi, kerumitan proses pembuatan, dan pemilik melihat competitor lain dalam menentukan harga.

- Promosi

Promosi merupakan cara untuk berkomunikasi dengan pasar mengenai produk yang dihasilkan oleh batik Tatsaka melalui pameran, personal selling, dan radio.

## 3.4 Jenis dan Sumber Data

### 3.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui observasi langsung dan wawancara kepada pemilik home industri batik Tatsaka. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pengamatan secara langsung mengenai produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh batik Tatsaka Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan tenaga kerja batik Tatsaka di Desa tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh untuk dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen pada home industri batik Tatsaka tentang data informan pendukung yaitu tenaga kerja dan konsumen dan dari pustaka-pustaka ilmiah yaitu berupa buku-buku penunjang, jurnal dan karya ilmiah lain yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai pelengkap dari data sekunder yang sudah ada.

### 3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini di dapat dari :

- a. Informan utama ( Subjek Penelitian ) : pemilik home industri batik Tatsaka.
- b. Informan pendukung : tenaga kerja bagian pemasaran, nyanting dan pewarnaan pada home industri batik Tatsaka dan konsumen home industri batik Tatsaka.
- c. Kepustakaan

Sumber data yang diperoleh meliputi data primer yang didapat melalui metode wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui metode dokumen pada pemilik home industri batik Tatsaka di Desa tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

#### 3.5.1 Metode Wawancara

Metode wawancara untuk memperoleh data atau informasi yang diajukan pada subjek penelitian.. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*Indepth interview*). Wawancara mendalam mirip dengan percakapan informal. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang subjek penelitian. Wawancara akan ditujukan kepada pemilik home industry batik Tatsaka untuk mendapatkan berbagai data meliputi produksi dan pemasaran yang dilakukan pada home industry batik Tatsaka selanjutnya diinterpretasikan dalam sebuah kalimat laporan. Kemudian informan pendukung yaitu tenaga kerja bagian produksi batik Tatsaka untuk mendapatkan data langkah pembuatan produk batik Tatsaka dan konsumen produk batik Tatsaka untuk mendapatkan data respon konsumen terhadap produk batik.

#### 3.5.2 Metode Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung. Observasi ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kegiatan yang terjadi pada lokasi penelitian. Kegiatan observasi dilakukan pada home industri batik Tatsaka yang memproduksi batiknya di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi untuk mendapatkan data produk-produk batik dan proses pembuatan batik serta pemasaran batik Tatsaka.

#### 3.5.3 Metode Dokumen

Metode dokumen digunakan untuk mendapatkan data lain yang diperlukan yang tidak bisa didapatkan dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan data dokumen yang diperlukan dari beberapa data home industri batik Tatsaka yang meliputi data

jumlah karyawan, jenis dan jumlah produk batik, hasil pemasaran dan foto mengenai kegiatan di batik Tatsaka.

### 3.6 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah dengan cara menganalisis temuan serta data yang di dapat dari wawancara, catatan lapangan (termasuk hasil observasi), dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori sesuai dengan poin-poin rumusan masalah penelitian, memilih data dan informasi yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan. Menurut Moleong (2010:6) dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berkaitan dengan pengumpulan data untuk eksplorasi dan kualifikasi, memberikn gambaran atau pengesahan suatu konsep dan fenomena sosial.

Jenis analisis data yang digunakan adalah model analisis Miles and Huberman dengan langkah-langkah data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification (Moleong, 2010:6) adalah sebagai berikut :

#### 1. Data Reduction

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara rinci dan teliti. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

#### 2. Data Display

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

#### 3. Conclusion Drawing/Varifikation

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan berikutnya. Dalam tahap verifikasi ini peneliti menyimpulkan hasil selam penelitian yang menggambarkan hasil penelitian di apangan mengenai home industri batik.





## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memperoleh kesimpulan mengenai profil produksi dan bauran pemasaran home industri batik Tatsaka adalah sebagai berikut:

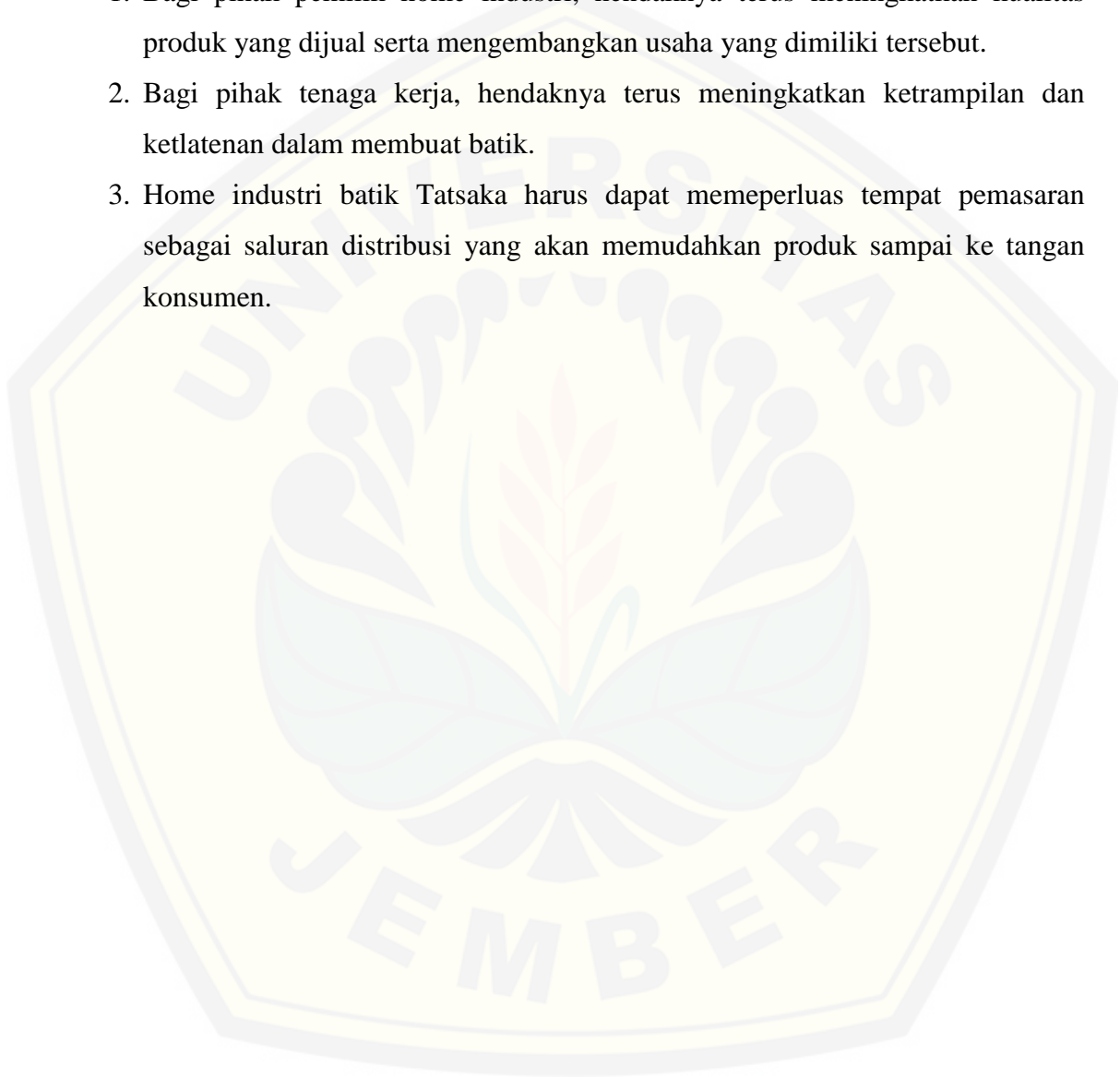
Produksi home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi meliputi bahan baku, tenaga kerja, proses produksi, dan pengemasan. Bahan baku yang digunakan yaitu kain, pewarna, dan lilin batik. Home industri batik Tatsaka memiliki 33 orang tenaga kerja yang terlatih. Ada tenaga kerja yang berpengalaman dan tenaga kerja yang belum memiliki pengalaman. Tenaga kerja yang belum memiliki pengalaman akan mendapatkan pelatihan. Pada proses produksi pertama adalah pembuatan desain motif pada kain menggunakan cap atau canting menggunakan lilin batik. Setelah itu dilakukan pewarnaan awal dilanjutkan dengan pewarnaan akhir. Kemudian dilakukan penguncian warna dan dilakukan perebusan, pembilasan. Terakhir dijemur pada terik matahari. Pengemasan dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu kain batik bungkus dengan menggunakan plastik kemudian dimasukkan dalam kotak kardus dan di masukkan ke dalam tas kertas.

Pemasaran home industri batik Tatsaka meliputi produk, harga, dan promosi. Produk yang dihasilkan home industri batik Tatsaka mempunyai beberapa jenis yaitu batik tulis, batik cap, batik semi tulis, dan batik semi warna dan motif khas Banyuwangi yaitu batik gajah oling, kangkung setingkes, alas kobong, paras gempal, kopi pecah, gedekan, ukel, moto pitik, sembruk cacing, blarak semplah, gringsing, dan sekar jagad. Harga yang ditetapkan, disesuaikan dengan kualitas batikan serta motif pada batikan. Promosi batik Tatsaka menggunakan personal selling, bazar dan pameran, dan iklan media elektronik misalkan radio.

## 5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya terdapat beberapa saran yang perlu menjadi perhatian bersama, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak pemilik home industri, hendaknya terus meningkatkan kualitas produk yang dijual serta mengembangkan usaha yang dimiliki tersebut.
2. Bagi pihak tenaga kerja, hendaknya terus meningkatkan ketrampilan dan ketlatenan dalam membuat batik.
3. Home industri batik Tatsaka harus dapat memperluas tempat pemasaran sebagai saluran distribusi yang akan memudahkan produk sampai ke tangan konsumen.



## DAFTAR BACAAN

### Buku

- Daryanto, 2013. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Pustaka Setia
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Moleong, L.J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Rosdakarya
- Mulyadi. 2012. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta : Pustakan Binaman Presindo
- Putong, Iskandar. 2007. *Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta : PT. Mitra Wacana Media
- Sukirno, Sadono. 2009. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Sumarni, M dan Soeprihanto, J. 2003. *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta : Liberty
- Swastha, B dan Sukotjo, I. 2007. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Yogyakarta : Liberty
- Tambunan, T. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*. Jakarta : LP3ES
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta : J & J Learning
- Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : Jember University Press

### Perundang-Undangan

- Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM

### Internet

- Choirul. 2012. Proses Produksi. <http://go.microsoft.com/fwlink/p/?LinkId=255141>  
<http://www.google.co.id/url-strategi-pemasaran-produkumkm.pptx.html> (diakses pada tanggal 04 Juli 2014)

**Jurnal**

Moernawati, E.D.A. 2013. *Studi Batik Tulis (Kasus di Perusahaan Batik Ismoyo Dukuh Butuh Desa Gedongan Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen)*. Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret. Jurnal

**Skripsi**

Hedutullah, H. 2017. *Strategi Pemasaran Batik Labako UD. Bintang Timur di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Skripsi

Anjarwati, T. 2015. *Analisis Perkembangan Produksi Industri Kerajinan Batik Khas Banyuwangi di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi Tahun 2010-2014*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Skripsi

## Lampiran 1

## Matriks Penelitian

Judul	Rumusan Masalah	Indikator	Sumber Data	Metode penelitian
Profil Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana produksi home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi ?</li> <li>2. Bagaimana pemasaran home industri batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi ?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profil Produksi</li> <li>2. Bauran Pemasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek penelitian merupakan pemilik home industri batik Tatsaka</li> <li>2. Informan tambahan : tenaga kerja dan konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode penentuan lokasi : metode purposive area</li> <li>2. Metode pengumpulan data : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode wawancara</li> <li>- Metode observasi</li> <li>- Metode dokumentasi</li> </ul> </li> <li>3. Analisis data : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Data reduction</li> <li>- Data display</li> <li>- Conclusion drawing/verivication</li> </ul> </li> </ol>

*Lampiran 2***TUNTUNAN PENELITIAN****1. Tuntunan Wawancara**

No.	Sumber Informasi	Data yang diambil
1.	Pemilik, tenaga kerja dan konsumen home industri batik Tatsaka	- Tentang produksi - Tentang pemasaran

**2. Tuntunan Observasi**

No.	Sumber Informasi	Data yang diambil
1.	Pemilik dan tenaga kerja home industri batik Tatsaka	- Mengamati produksi batik - Mengamati pemasaran batik

**3. Tuntunan Dokumen**

No.	Sumber Informasi	Data yang diambil
1.	Pemilik, tenaga kerja dan konsumen	- Data tentang hasil produksi dan tenaga kerja - Data tentang hasil pemasaran - Foto kegiatan penelitian

*Lampiran 3***PEDOMAN WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN  
(Pemilik)****A. Identitas Subjek Penelitian**

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Status : .....
5. Agama : .....
6. Pekerjaan : .....

**B. Pertanyaan untuk Pemilik****Pertanyaan Tentang Latar Belakang Home Industri Batik Tatsaka**

1. Bagaimana anda memulai usaha home industri batik Tatsaka ini ?
2. Mengapa anda memilih usaha ini ?
3. Bagaimana menjalankan usaha home industri batik Tatsaka ini ?
4. Bagaimana modal awal usaha ini ?

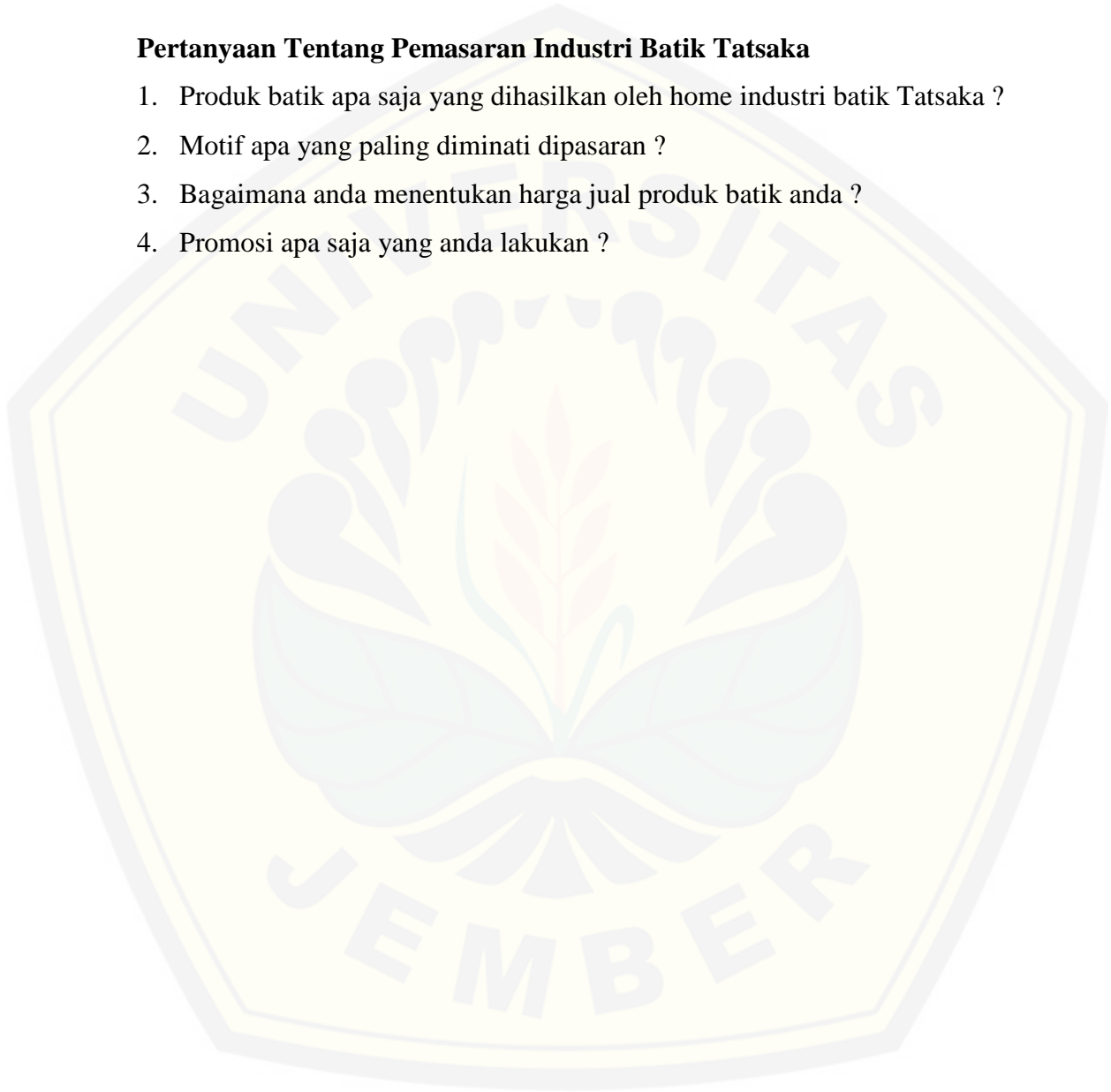
**Pertanyaan Tentang Produksi Home Industri Batik Tatsaka**

1. Darimana anda mendapatkan bahan baku untuk pembuatan batik ?
2. Bahan baku apa saja yang digunakan untuk pembuatan batik ?
3. Kain apa yang digunakan untuk membatik ?
4. Kenapa anda memilih kain tersebut ?
5. Alat apa saja yang digunakan untuk pembuatan batik ?
6. Berapa tenaga kerja yang bekerja disini ?
7. Apakah ada pembagian tenaga kerja disini ?
8. Bagaimana cara pembuatan batik ?

9. Apakah ada pengemasan yang dilakukan pada home industri ini dan bagaimana cara pengepakannya ?

**Pertanyaan Tentang Pemasaran Industri Batik Tatsaka**

1. Produk batik apa saja yang dihasilkan oleh home industri batik Tatsaka ?
2. Motif apa yang paling diminati dipasaran ?
3. Bagaimana anda menentukan harga jual produk batik anda ?
4. Promosi apa saja yang anda lakukan ?





**HASIL WAWANCARA DENGAN SUBJEK PENELITIAN**  
**(Pemilik)**

**A. Identitas Subjek Penelitian**

Nama : Edi Fitrianto  
Umur : 35  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Status : Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Pemilik Home Industri Batik Tatsaka

**B. Pertanyaan Tentang Latar Belakang Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Bagaimana anda memulai usaha home industry batik Tatsaka ini ?

Subjek Penelitian : Berawal dari ketertarikan saya di bidang batik dan juga mempunyai pengalaman dalam bidang membatik. Selain itu saya juga memanfaatkan peluang kecil di bidang tekstil. Sehingga saya berkeinginan mendirikan usaha karena kebetulan saya mempunyai keahlian di bidang tersebut.

Peneliti : Sejak kapan anda mendirikan home industri ini ?

Subjek Penelitian : Mulai tahun 2009.

Peneliti : Mengapa anda memilih usaha ini ?

Subjek Penelitian : ya saya ingin melestarikan peninggalan nenek moyang yang tergerus oleh jaman. Dulu batik hanya digunakan pada saat

acara resmi saja, kalau sekarang sudah banyak yang memakai pakaian batik ataupun dibuat tas dan dompet. Selain itu saya juga ingin menciptakan lapangan pekerjaan untuk warga sekitar home industri.

Peneliti : Bagaimana menjalankan usaha home industri batik Tatsaka ini ?

Subjek Penelitian : Pada awalnya, saya merintis mulai dari nol dengan memanfaatkan sedikit pengalam yang saya miliki dan mengembangkan sesuai perkembangan pasar dengan ketlatenan dan keuletan. Awal saya memulai usaha, saya hanya memiliki kurang dari 10 tenaga kerja. Kemudian semakin lama, permintaan akan batik menjadi meningkat dengan pesat. Dengan banyaknya pemesanan batik, saya harus menambah tenaga kerja.

Peneliti : Bagaimana modal awal usaha ini ?

Subjek Penelitian : Modal awal usaha ini berasal dari saya sendiri dan juga saya memanfaatkan program perbankan.

### **C. Pertanyaan Tentang Produksi Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Dari mana anda mendapatkan bahan baku untuk pembuatan batik ?

Subjek Penelitian : Saya mendapatkan bahan baku dari kota lain, misalnya Pekalongan. Karena disana sentra batik, jadi banyak berbagai jenis kain untuk membatik. Selain itu harganya juga lebih murah, jadi saya mendatangkan langsung dari kota Pekalongan.

Peneliti : Bahan baku apa saja yang digunakan untuk pembuatan batik ?

Subjek Penelitian : Bahan baku utama dari batik hanya kain, zat pewarna dan lilin batik saja.

- Peneliti : Kain apa yang digunakan untuk membatik ?
- Subjek Penelitian : Disini menggunakan kain katun primissima dan prima untuk batiknya. Kami juga menyediakan kain sutra, tetapi hanya akan diproduksi jika ada konsumen yang memesan saja. Karena harganya cukup tinggi dipasaran nantinya akan memiliki sedikit peminat.
- Peneliti : Kenapa anda memilih kain tersebut ?
- Subjek Penelitian : Karena kain tersebut memiliki kualitas yang cukup baik dan harganya juga tidak terlalu tinggi. Sehingga saya memilih kain tersebut untuk bahan baku pembuatan batik.
- Peneliti : Alat apa saja yang digunakan untuk pembuatan batik ?
- Subjek Penelitian : Kalau alatnya yang untuk batik tulis ada pensil, canting, wajan, kompor, dan pangklangan. Sedangkan batik cap ada meja dan alat cap.
- Peneliti : Berapa tenaga kerja yang bekerja disini ?
- Subjek Penelitian : Ada 33 tenaga kerja tetap.
- Peneliti : Apakah ada pembagian kerja disini ?
- Subjek Penelitian : Ada. Pembagian kerja disini sesuai dengan keahlian dan jenis kelamin. Bagian pemasaran terdapat dua orang tenaga kerja, bagian nyanting terdapat 10 orang tenaga kerja, bagian cap terdapat 3 orang tenaga kerja, bagian produksi terdapat 8 orang tenaga kerja, pewarnaan terdapat 10 orang tenaga kerja.
- Peneliti : Bagaimana cara pembuatan batik ?
- Subjek penelitian : Pertama kita buat desain motif terlebih dahulu. Setelah itu pembuatan motif pada kain dengan menggunakan cap ataupun canting dengan lilin batik. Selanjutnya dilakukan pewarnaan dengan menggunakan dua teknik yaitu tutup celup dan colet. Kemudian dilakukan penguncian warna dan dilakukan pembilasan. Yang terakhir dilakukan perebusan kain atau yang

biasa disebut dengan ngelorod. Setelah selesai jemur pada panas matahari.

Peneliti : Apakah ada pengemasan yang dilakukan pada home industri ini dan bagai mana cara pengepakannya ?

Subjek Penelitian : Untuk pengemasannya menggunakan kotak berbentuk persegi panjang yang terbuat dari kardus dan juga sudah di desain dan diberi logo batik Tatsaka. Ada juga tas yang terbuat dari kertas dan plastik untuk membungkus batik sebelum dimasukkan pada kemas kardus yang duanya juga sudah di desain dan diberi logo Batik Tatsaka.

#### **D. Pertanyaan Tentang Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Produk batik apa saja yang dihasilkan oleh home industri batik Tatsaka ?

Subjek Penelitian : Ada beberapa jenis batik yang diproduksi yaitu batik tulis, batik cap, batik semi tulis, dan batik semi warna. Kalau motifnya, kami menggunakan motif khas Banyuwangi yaitu batik gajah oling, kangkung setingkes, alas kobong, paras gempal, kopi pecah, gedekan, ukel, moto pitik, sembruk cacing, blarak semplah, gringsing, dan sekar jagad.

Peneliti : Motif apa yang paling diminati dipasaran ?

Subjek Penelitian : Kalau yang paling diminati biasanya batik gajah uling dan sekar jagad.

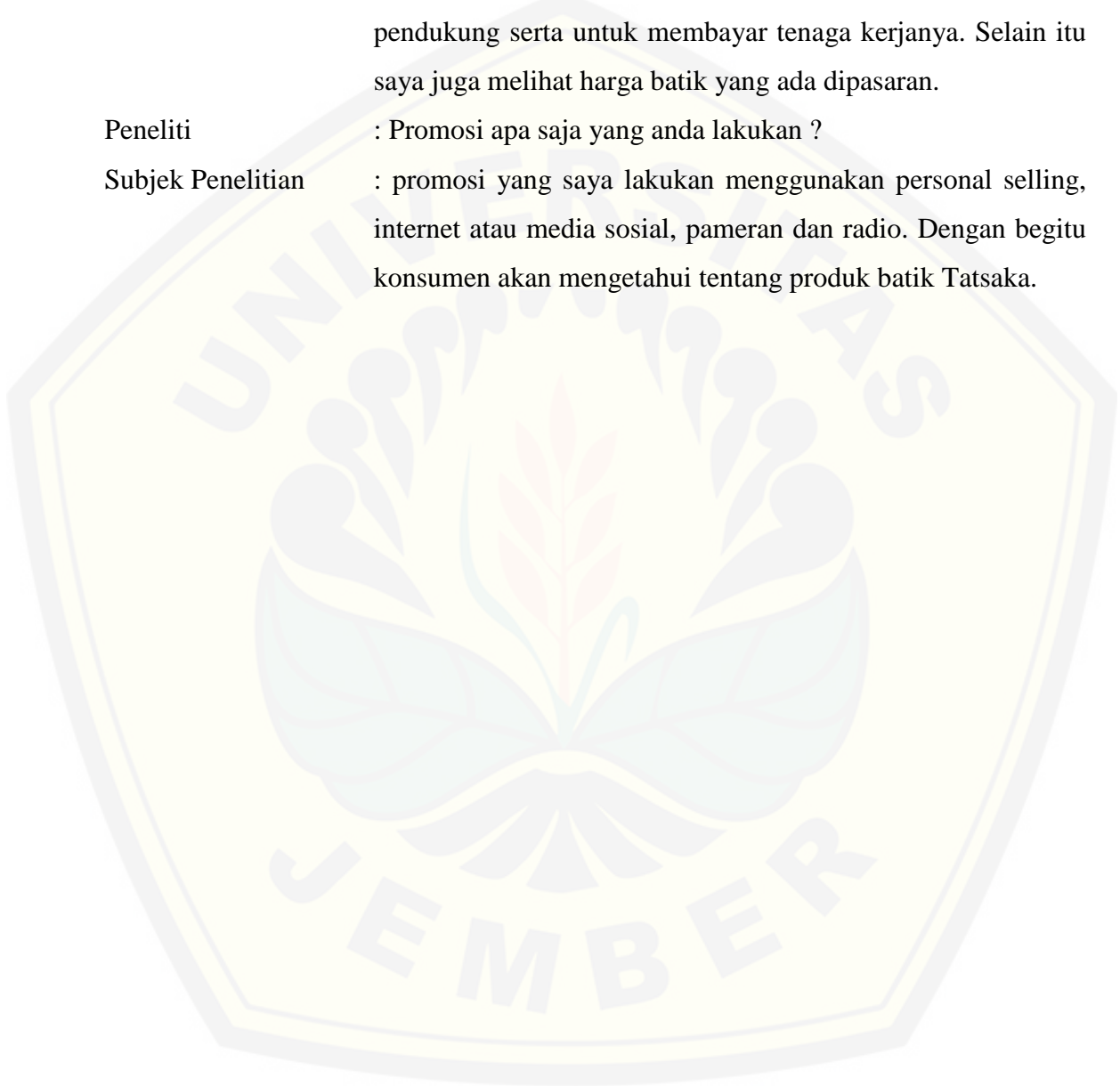
Peneliti : Bagaimana anda menentukan harga jual produk batik anda ?

Subjek Penelitian : Untuk harga selalu saya sesuaikan dengan seberapa rumit pembuatan motifnya. Karena untuk membuat satu produk degan motif yang rumit tentu saja membutuhkan waktu yang cukup lama dan butuh ketlatenan yang tinggi. Seperti

membuat batik tulis yang sangat rumit dan butuh ketelitian saat membuatnya. Saya juga merinci biaya yang digunakan untuk setiap produksinya mulai dari bahan baku dan bahan pendukung serta untuk membayar tenaga kerjanya. Selain itu saya juga melihat harga batik yang ada dipasaran.

Peneliti : Promosi apa saja yang anda lakukan ?

Subjek Penelitian : promosi yang saya lakukan menggunakan personal selling, internet atau media sosial, pameran dan radio. Dengan begitu konsumen akan mengetahui tentang produk batik Tatsaka.



**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN TAMBAHAN  
(TENAGA KERJA)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Satus : .....
5. Agama : .....
6. Pekerjaan : .....

**B. Pertanyaan Untuk Tenaga Kerja**

**Pertanyaan Tentang Latar Belakang Home Industri Batik Tatsaka**

1. Berapa lama anda menjadi tenaga kerja disini ?
2. Mengapa anda memilih menjadi tenaga kerja di home industri batik ini ?

**Pertanyaan Tentang Produksi dan Pemasaran Pada Home Industri Batik Tatsaka**

1. Bagian apa yang anda kerjakan pada home industri batik Tatsaka ?
2. Alat apa saja yang anda gunakan pada bagian ini ?
3. Berasal dari mana bahan baku yang dipakai untuk batik ?
4. Apakah karyawan yang dimiliki batik Tatsaka mampu membatik ?
5. Promosi apa yang dilakukan pada home industri batik Tatsaka ?
6. Berapa kisaran harga yang ditawarkan untuk masing-masing produk yang di hasilkan ?

**HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN TAMBAHAN**  
**(Tenaga Kerja)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

Nama : Vega Maidi  
Umur : 22  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Belum Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Tenaga Kerja Home Industri Batik Tatsaka

**B. Pertanyaan Tentang Latar Belakang Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Berapa lama anda menjadi tenaga kerja disini ?  
Informan Tambahan : 1 tahun.  
Peneliti : Mengapa anda memilih menjadi tenaga kerja di home industri batik Tatsaka ?  
Informan Tambahan : Karena saya bertempat tinggal di daerah sini, jadi saya ingin mencoba untuk menjadi tenaga kerja disini.

**C. Pertanyaan Tentang Produksi dan Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Bagian apa yang anda kerjakan pada home industri batik Tatsaka ?  
Informan Penelitian : Saya disini bekerja di bagian pemasaran home industri batik Tatsaka

- Peneliti : Alat apa saja yang anda gunakan pada bagian ini?
- Informan Penelitian : Bagian pemasaran ini saya memerlukan smartpone untuk memasarkan secara online melalui media sosial. Selebihnya saya memasarkan secara langsung.
- Peneliti : Berasal dari mana bahan baku yang dipakaii untuk batik ?
- Informan Penelitian : Di datangkan dari pekalongan.
- Peneliti : Apakah karyawan yang dimiliki batik Tatsaka mampu membatik ?
- Informan Penelitian : Ada yang sudah pernah bekerja di batik sebelumnya, tapi juga ada yang awalnya tidak bisa membatik. Yang tidak bisa membatik nanti akan diadakan pelatihan oleh Bapak Edi.
- Peneliti : Promosi apa yang dilakukan pada home industri batik Tatsaka ?
- Informan Penelitian : Kalau promosi menggunakan personal selling, media sosial yang biasa dilakukan. Selain itu juga pernah melakukan promosi dengan menyiarkan di radio. Batik Tatsaka juga sering mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah daerah.
- Peneliti : Pameran seperti apa yang biasanya diikuti oleh batik Tatsaka ?
- Informan Penelitian : Biasanya ikut acara festival batik Banyuwangi.
- Peneliti : Berapa kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan ?
- Informan Penelitian : Harganya berbeda-beda. Mulai dari batik cap harganya 80 ribu, batik semi warna harganya 130 ribu, batik semi tulis harganya 130 ribu, dan batik tulis harganya mulai dari 300 ribu.



**HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN TAMBAHAN  
(Tenaga Kerja)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

Nama : Ambarwati  
Umur : 30  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Tenaga Kerja Home Industri Batik Tatsaka

**B. Pertanyaan Tentang Latar Belakang Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Berapa lama anda menjadi tenaga kerja disini ?  
Informan Tambahan : 3 tahun.  
Peneliti : Mengapa anda memilih menjadi tenaga kerja di home industri batik Tatsaka ?  
Informan Tambahan : Karena saya kebetulan bertempat tinggal di dekat sini, jadi saya bekerja di home industri batik Tatsaka ini.

**C. Pertanyaan Tentang Produksi dan Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Bagian apa yang anda kerjakan pada home industri batik Tatsaka ?  
Informan Penelitian : Saya disini bekerja di bagian nyanting home industri batik Tatsaka  
Peneliti : Alat apa saja yang anda gunakan pada bagian ini?

Informan Penelitian : Bagian nyanting ini membutuh alat-alat berupa pensil untuk menggambar desain pada kain, wajan, kompor, dan pangklangan.

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

Informan Penelitian : Berasal dari Pekalongan.

Peneliti : Apakah karyawan yang dimiliki batik Tatsaka mampu membatik ?

Informan Penelitian : Awalnya tidak semua bisa membatik. Kalau saya sudah pernah bekerja di batik. Kalau yang tidak bisa nanti akan di adakan pelatihan.

Peneliti : Promosi apa yang dilakukan pada home industri batik Tatsaka ?

Informan Penelitian : Kalau promosi disini biasanya dilakukan dengan mengikuti pameran yang saya tau.

Peneliti : Pameran seperti apa yang biasanya diikuti oleh batik Tatsaka ?

Informan Penelitian : Di festival batik Banyuwangi.

Peneliti : Berapa kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan ?

Informan Penelitian : Batik cap harganya 80 ribu, batik semi warna harganya 130 ribu, batik semi tulis harganya 130 ribu, dan batik tulis harganya mulai dari 300 ribu.

**HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN TAMBAHAN  
(Tenaga Kerja)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

Nama : Rudi  
Umur : 22  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Status : Belum Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Tenaga Kerja Home Industri Batik Tatsaka

**B. Pertanyaan Tentang Latar Belakang Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Berapa lama anda menjadi tenaga kerja disini ?  
Informan Tambahan : 2 tahun.  
Peneliti : Mengapa anda memilih menjadi tenaga kerja di home industri batik Tatsaka ?  
Informan Tambahan : Karena saya bertempat tinggal di daerah sini, kebetulan ada home industri batik Tatsaka ini jadi saya mencoba bekerja disini.

**C. Pertanyaan Tentang Produksi dan Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka**

Peneliti : Bagian apa yang anda kerjakan pada home industri batik Tatsaka ?  
Informan Penelitian : Saya disini bekerja di bagian pewarnaan home industri batik Tatsaka  
Peneliti : Alat apa saja yang anda gunakan pada bagian ini?

Informan Penelitian : Bagian pewarnaan ini alat yang digunakan alas untuk kain batik dan kuas.

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

Informan Penelitian : Dari Pekalingan

Peneliti : Apakah karyawan yang dimiliki batik Tatsaka mampu membatik ?

Informan Penelitian : Awalnya saya tidak bisa membatik, kemudian ada pelatihan untuk yang belum bisa membatik.

Peneliti : Promosi apa yang dilakukan pada home industri batik Tatsaka ?

Informan Penelitian : Kalau promosi menggunakan media sosial biasanya yang dilakukan oleh bagian pemasaran.

Peneliti : Pameran seperti apa yang biasanya diikuti oleh batik Tatsaka ?

Informan Penelitian : Acara festival batik Banyuwangi.

Peneliti : Berapa kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan ?

Informan Penelitian : Untuk batik cap harganya 80 ribu, batik semi warna harganya 130 ribu, batik semi tulis harganya 130 ribu, dan batik tulis harganya mulai dari 300 ribu.

**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN TAMBAHAN  
(KONSUMEN)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Status : .....
5. Agama : .....
6. Pekerjaan : .....

**B. Pertanyaan untuk Konsumen**

1. Bagaimana menurut anda dengan adanya home industri batik Tatsaka ?
2. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli batik di sini ?
3. Bagaimana produk dari home industri batik Tatsaka ?
4. Bagaimana harga batik tersebut ?
5. Untuk acara apa anda membeli batik di home industri batik Tatsaka ?
6. Berapa kali anda membeli batik disini ?
7. Motif apa yang biasanya anda beli ?

**HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN TAMBAHAN  
(Konsumen)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

Nama : Munawaroh  
Umur : 40 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

**B. Pertanyaan untuk Konsumen**

Peneliti : Bagaimana menurut anda dengan adanya home industri batik Tatsaka ?

Konsumen : Menurut saya bagus ya, dengan adanya batik Tatsaka ini mengembangkan budaya lokal maupun nasional. Pastinya budaya batik akan semakin diminati dengan adanya banyak home industri dan juga semakin berkembangnya batik mengikuti jaman.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli batik disini ?

Konsumen : Saya melihat waktu saya menghadiri pameran yang diadakan pemerintah daerah waktu itu. Saya tertarik dengan motif dan warnanya yang menurut saya bagus.

Peneliti : Bagaimana produk dari home industri batik Tatsaka ?

Konsumen : Produknya cukup baik, saya suka motifnya dan juga kainnya cukup bagus.

Peneliti : Bagaimana harga batik tersebut ?

- Konsumen : Ya sesuai dengan produknya mbak. Produknya bagus dan harganya juga tidak terlalu mahal.
- Peneliti : Untuk acara apa anda membeli batik di home industri batik Tatsaka ?
- Konsumen : Kadang saya membeli untuk acara resmi yang memang harus mengenakan batik.
- Peneliti : Berapa kali anda membeli batik disini ?
- Konsumen : Kebetulan saya dua kali ini membeli batik di Tatsaka.
- Peneliti : Motif apa yang biasanya anda beli ?
- Konsumen : Batik sekar jagad yang warnanya membuat saya tertarik untuk membeli. Motifnya Bunga dan warnanya yang mencolok khas batik pesisir seperti biru muda dan merah muda.

**HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN TAMBAHAN  
(Konsumen)**

**A. Identitas Informan Tambahan**

Nama : Heri Purnomo  
Umur : 45 tahun  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Status : Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Guru

**B. Pertanyaan untuk Konsumen**

Peneliti : Bagaimana menurut anda dengan adanya home industri batik Tatsaka ?  
Konsumen : Menurut saya ini sangat bagus dengan mengembangkan budaya lokal. Apalagi sekarang pegawai negeri harus memaki batik Banyuwangi.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli batik disini ?  
Konsumen : Saya tau dari teman saya, kalau batik disini kualitasnya bagus dan harganya juga tidak terlalu mahal.

Peneliti : Bagaimana produk dari home industri batik Tatsaka ?  
Konsumen : Bagus, Motifnya menarik dan harganya juga tidak terlalu mahal.

Peneliti : Bagaiman harga batik tersebut ?  
Konsumen : Harganya tidak terlalu mahal, sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.



Peneliti : Untuk acara apa anda membeli batik di home industri batik Tatsaka ?

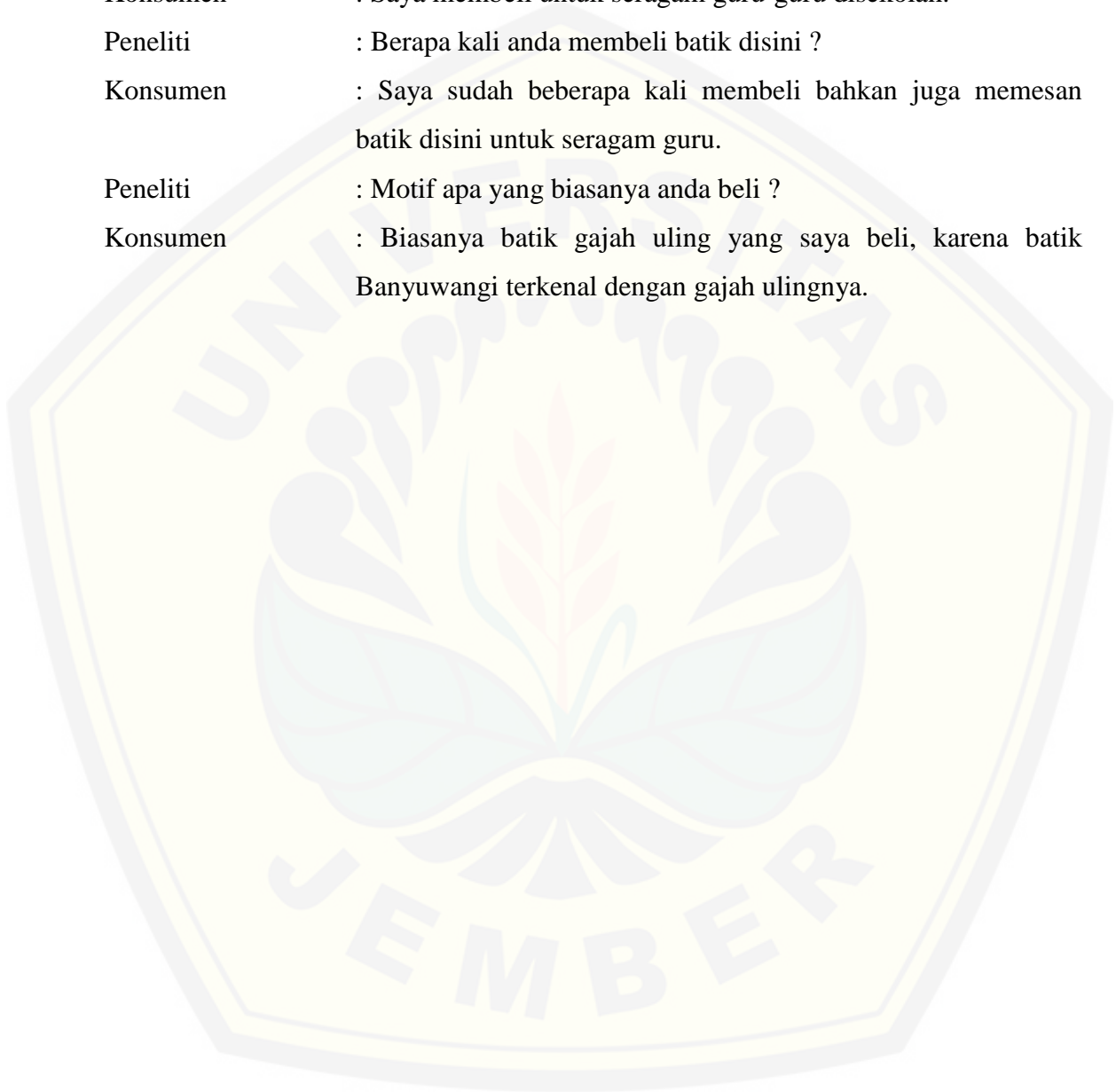
Konsumen : Saya membeli untuk seragam guru-guru disekolah.

Peneliti : Berapa kali anda membeli batik disini ?

Konsumen : Saya sudah beberapa kali membeli bahkan juga memesan batik disini untuk seragam guru.

Peneliti : Motif apa yang biasanya anda beli ?

Konsumen : Biasanya batik gajah uling yang saya beli, karena batik Banyuwangi terkenal dengan gajah ulingnya.



*Lampiran 4*

**Dokumentasi**



Gambar 1. Wawancara dengan pemilik



Gambar 2. Wawancara dengan tenaga kerja



Gambar 3. Lilin batik



Gambar 4. Alat cap



Gambar 5. Pembuatan batik tulis



Gambar 6. Pembuatan batik cap



Gambar 7. Proses pewarnaan awal



Gambar 8. Proses pewarnaan akhir



Gambar 9. Proses ngelorod dan pencucian



Gambar 10. Proses penjemuran



Gambar 11. Pengemasan



Gambar 12. Produk batik Tatsaka

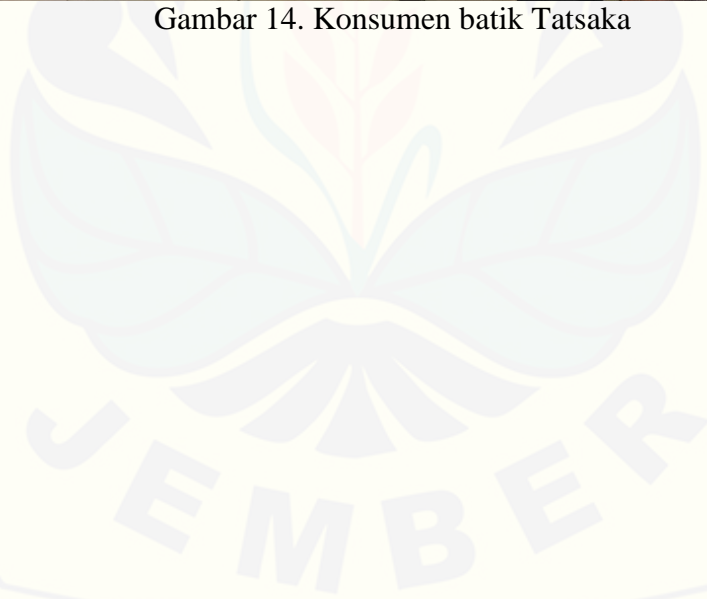


Gambar 13. Konsumen batik Tatsaka





Gambar 14. Konsumen batik Tatsaka



## Lampiran 5



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

Nomor : 4 : 5 0 6 UN25.1.5/LT/2017  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

14 JUL 2017

Yth. Home Industri Batik "Tatsaka"  
Banyuwangi


Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk penyusunan Skripsi, mahasiswa FKIP Universitas Jember dibawah ini:

Nama : Alfin Fala Hika  
NIM : 130210301012  
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi


Bermaksud mengadakan penelitian tentang "Profil Produksi dan Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi" di Perusahaan yang Saudara pimpin.

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

Demikian atas perkenan dan kerja sama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n Dekan  
Wakil Dekan  
  
Prof. Dr. Suratno, M.Si  
NIP. 19670625 199203 1 003

## Lampiran 6



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jalan Kalimantan III/37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33488 Jember  
68121

---

Nama : Alfin Fala Hika  
NIM/Angkatan : 130210301012  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Profil produksi dan pemasaran home industri batik "Tatsaka"  
di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

Dosen Pembimbing I : Drs. Pudjo Suharso, M.Si

**KEGIATAN KONSULTASI**

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	Rabu, 8 Februari 2017	Judul	JA
2.	Rabu, 22 Februari 2017	BAB 1, 2, 3	JA
3.	Kamis, 9 Maret 2017	BAB 1, 2, 3	JA
4.	Jum'at, 17 Maret 2017	BAB 1, 2, 3	JA
5.	Jum'at, 24 Maret 2017	BAB 1, 2, 3	JA
6.	Rabu, 12 April 2017	BAB 1, 2, 3	JA
7.	Kamis, 27 April 2017	ACC Seminar	JA
8.	Senin, 31 Juli 2017	BAB 4, 5	JA
9.	Rabu, 2 Agustus 2017	BAB 4, 5	JA
10.	Jum'at, 4 Agustus 2017	BAB 4, 5	JA
11.	Selasa, 8 Agustus 2017	BAB 4, 5	JA
12.	Rabu, 16 Agustus 2017	BAB 4, 5	JA
13.	Jum'at, 18 Agustus 2017	BAB 4, 5	JA
14.	Rabu, 23 Agustus 2017	BAB 4, 5	JA
15.	Kamis, 24 Agustus 2017	ACC Sidang	JA

Catatan :

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

## Lampiran 7



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jalan Kalimantan III/37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33488 Jember  
68121

Nama : Alfin Fala Hika  
 NIM/Angkatan : 130210301012  
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi  
 Judul Skripsi : Profil produksi dan pemasaran home industri batik "Tatsaka"  
 di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Retna Ngesti S, M.P

## KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	Rabu, 8 Februari 2017	Judul	<i>[Signature]</i>
2.	Rabu, 22 Februari 2017	BAB I, II	<i>[Signature]</i>
3.	Kamis, 9 Maret 2017	BAB II, III	<i>[Signature]</i>
4.	Jum'at, 17 Maret 2017	BAB II, III	<i>[Signature]</i>
5.	Jum'at, 24 Maret 2017	BAB I, II, III	<i>[Signature]</i>
6.	Kamis, 13 April 2017	BAB I, II, III	<i>[Signature]</i>
7.	Kamis, 27 April 2017	Acc Seminar	<i>[Signature]</i>
8.	Senin, 31 Juli 2017	BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
9.	Selasa, 1 Agustus 2017	BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
10.	Rabu, 9 Agustus 2017	BAB IV, V	<i>[Signature]</i>
11.	Rabu, 16 Agustus 2017	Bab IV	<i>[Signature]</i>
12.	Senin, 21 Agustus 2017	Bab V	<i>[Signature]</i>
13.	Rabu, 23 Agustus 2017	Bab V	<i>[Signature]</i>
14.	Jum'at, 25 Agustus 2017	Ace Group	<i>[Signature]</i>
15.			

Catatan :

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

*Lampiran 8***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Alfin Fala Hika
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Banyuwangi, 18 Juli 1995
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
  - a. Ayah : Heru Wardoyo
  - b. Ibu : Suswati
5. Alamat : Dsn. Krajan, RT. 01 RW. 04, Desa Purwoharjo, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi.

**B. Pendidikan**

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1.	SDN 4 Purwoharjo	Banyuwangi	2007
2.	SMP Negeri 2 Purwoharjo	Banyuwangi	2010
3.	SMA Negeri 1 Purwoharjo	Banyuwangi	2013