

BAURAN PROMOSI PADA RUMAH BATIK ROLLA DI JEMBER DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

MIXED-PROMOTION TO INCREASE SELLING VOLUME IN 'RUMAH BATIK ROLLA' JEMBER

Dian Indah Arini¹, Bambang Suyadi², Umar HMS³
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan IPS
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail : suyadibambang219@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bauran promosi yang digunakan pada Rumah Batik Rolla Jember dalam meningkatkan volume penjualannya. Penelitian ini dilakukan di daerah Jember Lor Kabupaten Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan volume penjualan setelah diterapkannya bauran promosi pada batik Rolla selama 4 tahun mulai dari tahun 2011-2014. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian dengan cara *purposive area*, yaitu bertempat di Rumah Batik Rolla Jember. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah volume penjualan batik mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Penurunan volume penjualan terjadi pada tahun 2012 semester I yang mencapai 11% dengan nilai trend sebesar 367,4. Sedangkan peningkatan terjadi pada tahun 2011 dan 2013 semester II yaitu mencapai 80% dengan nilai trend 298,4 dan 574,4. Perkembangan volume penjualan dicari dengan menggunakan analisis trend. Peningkatan volume penjualan yang paling utama disebabkan karena bertepatan dengan datangnya hari raya, tahun ajaran baru serta *event* yang di adakan kota Jember sehingga permintaan batik meningkat. Sedangkan penurunan volume penjualan disebabkan karena bagi sebagian orang lebih memilih menabung untuk keperluan hari raya.

Kata kunci: Bauran Promosi, Volume Penjualan

ABSTRACT

This study is conducted to know mixed-promotion which is used in 'Rumah Batik Rolla' Jember to increase selling volume. This study is executed in Jember Lor, Jember. The purpose of the study is to know the escalation of selling volume after the application of mixed-promotion in 'Rumah Batik Rolla' for 4 years, since 2011 till 2014. This is a quantitative descriptive study. The location is determined by using purposive area, which is located in 'Rumah Batik Rolla'. The data is collected by doing observation, interview, and from documentations. The result shows that the amount of batik selling increases and decreases in every year. The decrease of selling volume happens in the first semester of 2012 which reaches 11% with trend value 367.4. On the other hand, the increase happens in 2011 and the second semester of 2013, which reaches 80% with trend value 298.4 and 574.4. The increase of selling volume is found by using trend analysis. The main increase of selling volume is caused by the coming of Eid Al-Fitr, new academic year, and also events in Jember so that the demand of batik increases. On the other hand, the decrease happens because some people prefer to save their money in preparing Eid Al-Fitr.

Keywords: Mixed-Promotion, Selling volume.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki prioritas untuk meningkatkan keuntungan atas penjualan produknya, baik perusahaan yang bergerak di bidang jasa maupun barang. Perusahaan juga dituntut untuk memiliki inovasi baru agar mampu bersaing dalam dunia usaha. Sehingga perusahaan mampu menciptakan produk-produk baru sesuai dengan perkembangan jaman. Dalam memasarkan produknya, suatu perusahaan harus menentukan cara efektif yang dapat dijadikan sebagai strategi untuk memasarkan produk. Salah satunya yaitu melalui acuan atau bauran promosi yang akan digunakan oleh perusahaan. Dengan menggunakan bauran promosi mampu meningkatkan volume penjualan produk. Karena bauran promosi yang diterapkan akan mengarahkan perusahaan dalam menetapkan keputusan-keputusan yang dianggap tepat bagi perusahaan. Bauran promosi ini tidak hanya berlaku bagi perusahaan-perusahaan besar, tetapi juga berlaku bagi industri kecil yang memerlukan adanya rencana yang dijadikan acuan dalam melakukan pemasaran. Bauran promosi bertujuan untuk memberikan informasi produk kepada target pasar potensial serta untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan cara memahami lingkungan sekitar sebagai bahan pertimbangan pembuatan produk yang diinginkan konsumen serta dapat dijadikan sebagai fokus kegiatan operasional maupun perencanaan suatu perusahaan, sehingga perusahaan mampu memahami keinginan konsumen.

Bauran promosi meliputi beberapa hal, yaitu: periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas. Dengan menggunakan beberapa jenis promosi tersebut dalam melakukan penjualan akan mampu menambah jumlah produk yang dipasarkan, karena setiap jenis promosi yang dilakukan berbeda-beda dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Salah satu perusahaan barang yang memasarkan produknya dipasaran adalah Rumah Batik Rolla. Rumah batik Rolla merupakan industri batik rumahan yang memproduksi aneka batik, yang berada di daerah Jember lor. Pemasaran pada rumah batik Rolla tidak langsung menggunakan bauran promosi, akan tetapi hanya dipasarkan di tempat usaha saja, sehingga tidak banyak orang yang mengetahui tempat usaha tersebut. Hal ini berpengaruh pada volume penjualan yang di produksi. Seperti yang terdapat pada tabel volume penjualan sebelum diterapkannya bauran promosi yaitu:

Tabel 1: Daftar Volume Penjualan Produk Rumah Batik Rolla Jember Sebelum Menggunakan Bauran Promosi.

TAHUN 2010	JUMLAH PRODUKSI	JUMLAH PENJUALAN
1 Jan-30 Juni	300 helai kain batik	120 helai kain batik
1 Juli-30 Des	300 helai kain batik	140 helai kain batik
Jumlah	600 helai kain batik	260 helai kain batik

Seiring dengan berjalannya waktu, Rumah Batik Rolla menginginkan adanya peningkatan terhadap barang yang diproduksi, sehingga Rumah Batik Rolla menentukan strategi yang cocok untuk memasarkan produk berdasarkan keadaan perusahaan yang berupa industri rumahan. Salah satunya menggunakan bauran promosi. Bauran promosi yang digunakan meliputi periklanan dan promosi penjualan. Rumah batik Rolla membuat selebaran brosur dan kartu nama sebagai strategi pemasaran periklanan dengan tujuan untuk memberitahukan kepada konsumen melalui gambar yang sudah disediakan. Pemberian kartu nama kepada konsumen dilakukan sebagai tanda pengenal batik Rolla sehingga memudahkan konsumen untuk mencari alamat rumah batik Rolla. Selain itu juga melakukan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial berupa blog atau web yang disiapkan untuk konsumen yang jauh dari tempat usaha sehingga mereka tetap dapat menikmati produk batik melalui proses pemesanan. Promosi penjualan pada rumah batik Rolla dilakukan dengan cara menampilkan produk batik terbaru yang ditata rapi di bagian depan rumah serta mengikuti acara bazaar atau pameran yang di adakan oleh pemerintah kabupaten Jember dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Selain itu bentuk promosi penjualan berikutnya berupa pemberian potongan penjualan kepada konsumen, hal ini dilakukan sebagai tanda terimakasih atau penghargaan kepada konsumen agar konsumen mempercayai produk batik sehingga akan melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla di Jember dalam Meningkatkan Volume Penjualan”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Peneliti menganalisis bauran promosi yang digunakan pada Rumah Batik Rolla yang mampu meningkatkan volume penjualan. Analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu analisis trend. Peneliti menggunakan metode *purposive area* untuk menentukan tempat penelitian yaitu di Rumah Batik Rolla yang berada di Jember Lor Kabupaten Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain adalah metode observasi, wawancara serta dokumen. Metode dokumen didapat melalui data-data produksi perusahaan. dan data tersebut nantinya akan dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

1. Iklan

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla yang pertama dengan cara menggunakan iklan. Iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk batik kepada konsumennya sehingga timbul pembelian. Seperti yang dikemukakan oleh (Bilson, Simamora, 2003:305) bahwa dalam iklan

terdiri dari segala bentuk kegiatan dalam mempresentasikan sesuatu kepada audiens melalui beberapa macam media. Seperti yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla dalam memperkenalkan produknya melalui brosur, kartu nama, dan web atau blog yang sudah tersedia.

a. Brosur

Brosur dipilih dengan alasan untuk menarik minat konsumen melalui tampilan yang berupa gambar batik sebagai contoh produk hasil karya Rolla. Gambar batik dipilih terlebih dahulu sebelum di cantumkan dalam brosur. Pemilihan gambar disesuaikan dengan tingkat kalangan masyarakat sehingga diharapkan mampu menjangkau semua konsumen, karena setiap konsumen memiliki selera yang berbeda. Serta dilengkapi dengan *contact person* yang disediakan melalui nomor telpon, web, serta email sehingga memudahkan konsumen untuk memesan atau bisa langsung datang ke tempat usaha melalui alamat yang sudah tertera pada brosur. Penggunaan brosur ini dilakukan dengan cara memberikan kepada masyarakat secara cuma-cuma dengan harapan banyak yang mengetahui tempat usaha batik Rolla dan akan mampu menimbulkan rasa ingin tahu terhadap batik ini sehingga akan timbul pembelian. Dengan semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian maka akan mampu menambah volume penjualan batik yang di produksi oleh Rumah Batik Rolla.

b. Kartu nama

Penggunaan kartu nama yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla fungsinya hampir sama dengan brosur yaitu memberikan informasi mengenai keberadaan tempat usaha batik Rolla. Namun, pada kartu nama tidak disertai dengan adanya gambar atau bentuk produk yang dihasilkan oleh Batik Rolla. Dalam kartu nama hanya dicantumkan alamat, *contact person*, serta memberitahukan bahwa batik Rolla ini juga menerima pesanan untuk baju dinas, seragam dll. Dengan demikian akan mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pemesanan sesuai dengan anggaran yang dimiliki sehingga semakin banyak pesanan maka akan mampu menambah jumlah volume penjualan produk batik.

c. Web atau blog

Pemakaian web yang dipilih oleh Rumah Batik Rolla ditujukan kepada konsumen yang berada jauh dari tempat usaha. Konsumen dapat mengunjungi alamat web di www.batik-jember.com yang didalamnya terdapat profil Rumah Batik Rolla, beranda serta cara melakukan pemesanan. Bagi konsumen yang belum mengetahui latar belakang batik Rolla dapat mengakses profil usaha tersebut dengan cara meng klik laman yang sudah disediakan. Dilaman tersebut sudah di lengkapi sejarah berdirinya Rolla sampai saat ini. Dilaman berikutnya terdapat beranda yang disertai gambar-gambar batik yang berbeda setiap harinya sehingga akan menarik perhatian konsumen. Serta dilengkapi dengan harga yang sudah disesuaikan dengan kualitas batik. Ada juga motif yang

ditunjukkan oleh batik Rolla salah satunya motif tembakau, karena tembakau merupakan hasil sumber daya alam yang potensial dari wilayah Jember. Apabila terdapat konsumen yang berminat untuk melakukan pembelian maka konsumen diharuskan mengisi kotak pesan yang tertera pada web dengan tulisan bahwa melakukan pemesanan sesuai dengan gambar yang dipilih dan mengirim uang ke nomor rekening yang sudah disediakan sebagai tanda pembayaran.

2. Promosi Penjualan

Bauran promosi yang dipilih oleh Rumah Batik Rolla selanjutnya adalah promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi yang berupa pameran atau bazaar, *display* barang dan pemberian potongan penjualan.

a. Pameran atau bazaar

Pameran yang diikuti oleh batik Rolla biasanya pameran yang diadakan oleh pemerintah baik diluar kota maupun di Jember. Pameran ini biasanya berlangsung di alun-alun kota dengan memperlihatkan produk batik kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan hasil karya batik Rolla yang khas dengan motif tembakau. Selama pameran ini berlangsung, Rolla menampilkan semua produk batiknya sebagai ajang untuk menarik perhatian konsumen sehingga akan mendatangi stand usaha dan akan mampu menimbulkan pembelian. Biasanya dengan mengikuti pameran akan mampu menjual produk batik hingga 80% sehingga akan mampu meningkatkan volume penjualan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik Rumah Batik Rolla:

“ketika terdapat acara bazaar atau pameran yang diselenggarakan kota Jember maupun luar kota seperti, Lumajang, Malang, Bandung serta Jakarta jumlah produk batik yang terjual mencapai 80% hal ini disebabkan karena lebih banyak masyarakat yang berkunjung ke tempat kami terutama di stand yang sudah disediakan”(IC,48th).

b. Display barang

Display barang dilakukan ditempat usaha dengan cara menampilkan semua produk batik yang sudah disusun dengan rapi dan dikelompokkan berdasarkan harga, bentuk, motif serta kualitas batik. Sehingga akan memudahkan konsumen maupun produsen untuk mengambil barang yang diinginkan. *Display* barang ini bertujuan untuk memperlihatkan semua jenis batik yang sudah siap untuk diperjualbelikan, selain itu digunakan untuk menarik konsumen melalui tampilan-tampilannya sehingga akan menimbulkan pembelian dan mampu menambah volume penjualan.

c. Potongan penjualan

Selanjutnya promosi penjualan yang digunakan yaitu dengan cara memberikan potongan penjualan kepada konsumen. Terutama ketika mendekati hari raya, potongan penjualan diberikan senilai 10% hal ini

dilakukan sebagai bentuk penghargaan kepada konsumen atas pembelian yang dilakukan secara berulang maupun pertama kali dengan tujuan agar konsumen akan tetap berbelanja kembali ke Rumah Batik Rolla.

Setelah diterapkannya bauran promosi selama 4 tahun mulai dari tahun 2011-2014 terlihat volume penjualan menunjukkan adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tabel volume penjualan sebagai berikut:

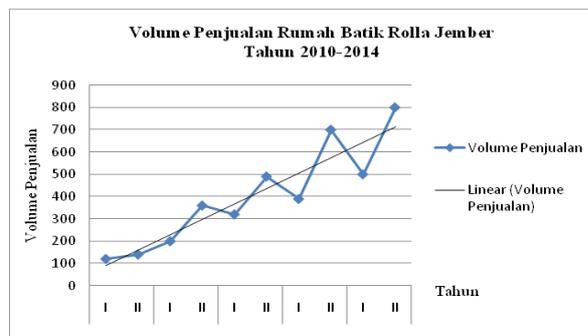
Tabel 2. Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Per Semester Tahun 2010-2014

Tahun	Per Semester	Volume Penjualan	Kenaikan/ Penurunan	Presentase Perkembangan
2010	I	120 unit	-	-
	II	140 unit	20 unit	17% - Naik
2011	I	200 unit	60 unit	42% - Naik
	II	360 unit	160 unit	80% - Naik
2012	I	320 unit	(40) unit	(11%) - Turun
	II	490 unit	170 unit	53% - Naik
2013	I	389 unit	(101) unit	(20%) - Turun
	II	700 unit	311 unit	80% - Naik
2014	I	500 unit	(200) unit	(29%) - Turun
	II	800 unit	300 unit	60% - Naik

Sumber : data setelah diolah

Tabel diatas menunjukkan garis *trend* volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember per semester dari tahun 2010-2014 dengan tahun pembandingan yaitu tahun 2010 yang masih belum menggunakan bauran promosi dalam memasarkan produknya. Analisis *trend* perlu digunakan untuk melihat perkembangan volume penjualan dari tahun ke tahun.

Hasil *trend* di bawah ini terlihat perkembangan volume penjualan per semester dari tahun ke tahunnya. Berikut ini bentuk *trend* volume penjualan pada tahun 2010-2014:



Gambar 1. *Trend* Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Per Semester Tahun 2010-2014

Dari gambar di atas, terlihat bahwa volume penjualan batik oleh Rumah Batik Rolla dalam kurun waktu 2010-2014 mengalami peningkatan dan penurunan. Terutama pada tahun 2010 menuju tahun 2011-2014 yang telah menggunakan bauran promosi dalam memasarkan produknya. Garis biru merupakan jumlah volume penjualan kain batik pada tahun 2010 sampai 2014 di Rumah Batik Rolla. Pada garis biru tersebut tampak mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Sehingga mengakibatkan garis *trend* volume penjualan mengalami peningkatan setiap tahun.

PEMBAHASAN

1) Sebelum Diterapkan Bauran Promosi

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan di atas, volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember sebelum menerapkan bauran promosi terlihat tidak terlalu banyak hasil penjualan yang diperoleh oleh batik Rolla. Penjualan yang dilakukan hanya pada lingkup rumah produksi saja sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan rumah produksi batik yang berada di Jl. Mawar No. 75 Jember. Setelah melihat perkembangan penjualan pada tahun 2010 pemilik batik Rolla berinisiatif untuk menerapkan strategi atau bauran promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produknya dengan harapan jumlah volume penjualan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

2) Setelah Diterapkan Bauran Promosi

a. Iklan

Iklan yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla untuk memperkenalkan produknya terdiri dari brosur, kartu nama, dan website yang mampu menambah jumlah volume penjualan selama tahun 2011-2014. Hal ini sesuai dengan teori yang dikatakan oleh Assauri (2007:273), bahwa terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam rangka pemilihan kombinasi jenis media yang akan digunakan dalam mengiklankan hasil produksinya, yaitu:

1. Sifat media yang dituju

Dengan menggunakan brosur, kartu nama dan web konsumen mampu memahami produk batik yang dipromosikan, hal ini terlihat bahwa dengan menggunakan beberapa media tersebut konsumen semakin banyak mengetahui keberadaan batik Rolla.

2. Produk

Pemilihan brosur, kartu nama serta web sudah dipertimbangkan terlebih dahulu sehingga dengan menggunakan bentuk promosi tersebut diharapkan akan dapat menguntungkan perusahaan dalam penyampaian produk kepada masyarakat.

3. Pesan

Tiap pesan dalam media promosi harus jelas sehingga akan mempermudah masyarakat untuk

menerima isi pesan baik yang tertera pada brosur, kartu nama serta web.

4. Biaya

Tiap media yang digunakan oleh perusahaan memiliki tarif berbeda disesuaikan dengan fokus penjualan seperti produk batik.

Penggunaan media yang dipilih oleh Rumah Batik Rolla mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian hal ini terlihat pada jumlah volume penjualan yang mengalami kenaikan maupun penurunan setiap tahunnya. Akan tetapi jumlah kenaikan lebih besar dari jumlah penurunan. Promosi yang dilakukan menggunakan media brosur mampu menarik perhatian konsumen melalui tampilan serta isi yang disampaikan berupa gambar serta tulisan. Penggunaan brosur dilakukan pada tahun 2011 dengan cara memberikan atau menyebarkan selebaran brosur kepada masyarakat secara cuma-cuma, dengan harapan masyarakat bisa memahami isi brosur tersebut. Selain menggunakan brosur, Rumah Batik Rolla juga menggunakan kartu nama sebagai pengganti brosur, karena kartu nama dianggap lebih simple dan efisien jika disampaikan kepada masyarakat. Penggunaan kartu nama dilakukan setelah penggunaan brosur karena isi yang disampaikan sudah tercantum dalam brosur.

Media selanjutnya yaitu berupa website yang didalamnya tercantum profil, alamat, cara memesan dan contoh kain yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla sehingga memudahkan masyarakat yang jauh dari tempat produksi untuk bisa tetap menikmati produk batik. Seperti yang dikemukakan oleh Daryanto (2013:50) bahwa kegiatan periklanan adalah salah satu alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli melalui media massa, seperti surat kabar, majalah, media elektronik baik TV atau radio. Dengan demikian akan memudahkan masyarakat jika menginginkan untuk melakukan pembelian.

b. Promosi Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Rumah Batik Rolla promosi penjualan yang digunakan meliputi pameran atau bazaar, *display* barang dan pemberian potongan harga yang mampu meningkatkan jumlah volume penjualan. Bazaar dan pameran merupakan kegiatan untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk batik kepada konsumen. Misalnya pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah yaitu acara JFC (*Jember Fashion Carnival*). Dalam acara JFC dapat digunakan oleh Rumah Batik Rolla sebagai ajang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Sehingga dengan adanya JFC mampu menjual produk batik hingga 50%. Seperti yang dikemukakan oleh Assauri (2007:282), bahwa promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran atau pertunjukan.

Selain mengikuti bazaar, salah satu bentuk promosi penjualan lainnya yang digunakan oleh

Rumah Batik Rolla adalah dengan melakukan *display* barang serta memberikan potongan harga kepada konsumen atas batik yang dibeli. Hal ini dilakukan oleh perusahaan sebagai salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan maupun pembeli pemula agar memiliki kesan baik sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang produk batik yang ada pada Rumah Batik Rolla.

3) Volume Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan diatas, volume penjualan pada Rumah Batik Rolla mengalami peningkatan yaitu sebelum diterapkannya bauran promosi dan sesudah diterapkannya bauran promosi pada Rumah Batik Rolla. Seperti yang dikemukakan oleh (Cummins,2004:25) bahwa cara untuk mencapai sasaran pemasaran sangat beragam, sasaran yang dipilih akan menentukan hasil penjualan, sehingga akan mampu meningkatkan volume penjualan perusahaan. Volume penjualan yang digunakan mulai tahun 2010-2014 dengan tahun pembandingan 2010 sebelum menggunakan bauran promosi. Selama 5 tahun tersebut terjadi peningkatan maupun penurunan volume penjualan. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2000:179) bahwa volume penjualan ditunjukkan melalui jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu. Volume penjualan mengalami peningkatan pada semester II karena pada semester tersebut memasuki tahun ajaran baru sehingga banyak permintaan kain batik untuk dijadikan sebagai seragam oleh instansi yang bersangkutan, serta datangnya hari raya yang membuat beberapa masyarakat membutuhkan kain batik. Volume penjualan mengalami penurunan pada semester I disebabkan sebagian masyarakat lebih memilih menabung untuk keperluan hari raya.

4) Trend volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember

Berdasarkan data yang diperoleh dari Rumah Batik Rolla jember per semester tahun 2010-2014 menunjukkan bahwa volume penjualan mengalami kenaikan maupun penurunan. Dengan adanya penurunan volume penjualan maka diperlukan adanya analisis volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember dengan menggunakan analisis *trend*. Analisis *trend* ini digunakan untuk mengetahui perkembangan kenaikan dan penurunan volume penjualan produk batik selama 5 tahun yaitu dari tahun 2010-2014. Perkembangan volume penjualan yang terjadi pada Rumah Batik Rolla ini biasanya pada saat tahun ajaran baru sehingga terdapat permintaan kain batik yang meningkat. Selain itu, juga adanya permintaan dari karyawan dinas yaitu teman sekantor dari Ibu Iriane selaku pemilik usaha.

Selanjutnya perkembangan volume penjualan per semester dari tahun 2010-2014 akan dijelaskan lebih rinci pada pembahasan berikut. Kenaikan volume penjualan tiap tahun dari tahun 2010-2014 yang terjadi kebanyakan pada semester II setelah diterapkannya bauran promosi. Pada tahun 2010 terlihat pada semester II sebelum adanya bauran promosi terlihat mengalami penurunan volume

penjualan hal ini dikarenakan tidak banyak masyarakat yang mengetahui batik yang berada di Jl. Mawar No.75. Selanjutnya, pada tahun 2011 semester I Rumah Batik Rolla mulai mengalami kenaikan seperti yang terlihat diatas, bahwa persentase perkembangan mencapai 42% yaitu terjadi kenaikan lebih banyak dari tahun sebelumnya meskipun kenaikan tersebut tidak terlalu banyak karena pada tahun 2011 ini merupakan masa transisi dari penerapan bauran promosi sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui produk batik tersebut. Akan tetapi terdapat beberapa konsumen yang berminat untuk melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya volume penjualan berarti bauran promosi yang diterapkan pada Rumah Batik Rolla dapat dikatakan berhasil.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang digunakan oleh peneliti dengan analisis *trend* menunjukkan bahwa volume penjualan pada Rumahh Batik Rolla Jember mengalami perkembangan, yang artinya setiap tahun volume penjualan yang dihasilkan oleh Rumah Batik Rolla mengalami peningkatan maupun penurunan yang terlihat dari tahun 2010-2014. Peningkatan maupun penurunan ini terjadi setiap tahun yang disebabkan karena berbagai macam masalah dari konsumen.

Kenaikan volume penjualan Rumah Batik Rolla yang paling tinggi terjadi pada tahun 2014 pada semester ke II sedangkan penurunan volume penjualan terjadi pada tahun 2012 semester I yang mencapai (11%). Kenaikan volume penjualan kebanyakan terjadi pada semester II dibandingkan dengan semester I. Hal ini dikarenakan bertepatan dengan datangnya hari raya dan tahun ajaran baru. Oleh karena itu permintaan batik meningkat karena mayoritas masyarakat memilih batik untuk digunakan sebagai baju baru untuk lebaran dan seragam dinas. Serta adanya *event* yang diadakan kota Jember setiap tahunnya yaitu JFC (*Jember Fashion Carnival*). Sehingga batik Rolla memanfaatkan untuk menampilkan batiknya pada stand yang sudah disediakan. Sedangkan pada semester I jumlah volume penjualan terlihat menurun, yang disebabkan adanya masyarakat yang kurang berminat untuk membeli batik karena kebanyakan masyarakat membeli pakaian hanya pada hari-hari tertentu, misalnya hari besar atau hari raya.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan pada Rumah Batik Rolla hendaknya menambah jumlah barang produksi untuk meningkatkan volume penjualan, karena sudah semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan batik Jember. Dan meng-*update* barang yang ditawarkan melalui *online* agar konsumen selalu melihat barang terbaru sehingga

akan menimbulkan pembelian. Dengan semakin banyaknya permintaan pasar Rumah Batik Rolla juga harus menambah jumlah karyawan agar produk yang dihasilkan mampu memenuhi permintaan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*; Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- [2] Bilson, Simamora. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [3] Daryanto. 2013. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- [4] Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- [5] Cummins, Julian & Mullin Roddy, 2004. *SALES PROMOTION*. Cetakan I . Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.