



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

SKRIPSI

Oleh :

**DIAN INDAH ARINI
110210301018**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



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

SKRIPSI

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

Oleh :

**DIAN INDAH ARINI
110210301018**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Abdul Jalal dan Ibunda Alm. Dewi Imro'ah dan penyemangat dalam hidup yang selalu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai saat ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, perlindungan dan membalas semua yang kalian berikan selama ini dan semoga apa yang kalian berdua harapkan kepada ananda dapat tercapai;
2. Bapak/Ibu guru di tingkat SD, SMP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi-FKIP-Universitas Jember, serta semua orang yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan.
3. Almamater tercinta Pendidikan Ekonomi - FKIP - Universitas Jember;

MOTTO

*“Karya besar tidak dikerjakan oleh dorongan, tapi oleh rangkaian hal-hal kecil yang dibawa bersama-sama.”
(Vincent Van Gogh)**

*“Segala yang anda miliki atau akan anda miliki, atau akan jadi, lakukan, atau alami, akan anda dapatkan dengan dan melalui orang lain. Hidup ADALAH tentang membujuk!”
(Richard Denny)***

*“Sangat banyak perusahaan yang mengukur apa yang mereka anggap penting, dari pada apa yang dirasa penting dan disukai oleh para pelanggannya.”
(David Fremantle)****

*) <https://www.kumpulankatamutiara.com/2009/01/best-damn-sales-book-ever-16-aturan.html?m=1> [diakses tanggal 2 September 2015]

**) Richard Denny [diakses tanggal 3 September 2015]

**) bisnisperantara.blogspot.com/2013/06/kata-kata-motivasi-kerja-terbaik.html?m=1 [diakses tanggal 2 September 2015]

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Indah Arini

NIM : 110210301018

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla Di Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada instansi 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 di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, September 2015

Yang menyatakan,

Dian Indah Arini

NIM. 110210301018

HALAMAN PERSETUJUAN

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

SKRIPSI

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

Nama Mahasiswa : Dian Indah Arini
NIM : 110210301018
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2011
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 14 Mei 1993

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Umar HMS, M.Si
NIP. 19621231 198802 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla Di Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Kamis, 10 September 2015

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Umar HMS, M.Si
NIP. 19621231 198802 1 001

Anggota:

Anggota I,

Anggota II,

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

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

Mengetahui,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla Di Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Dian Indah Arini, 110210301018; 2015; 52 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan keuntungan atas penjualan produknya baik pada perusahaan berskala besar maupun kecil. Perusahaan tentunya harus memiliki strategi yang tepat untuk menjalankan kegiatan usahanya agar mampu mengembangkan bisnisnya. Strategi yang dipilih harus disesuaikan dengan keadaan perusahaan salah satunya adalah industri Rumah Batik Rolla yang menginginkan perkembangan volume penjualan setiap tahunnya. Strategi yang dipilih oleh Rumah Batik Rolla ini dengan menggunakan bauran promosi yang terdiri dari periklanan dan promosi penjualan. Periklanan yang digunakan meliputi brosur, kartu nama, radio dan media web atau blog dengan tujuan untuk mempromosikan produk batik pada kalangan masyarakat. Sedangkan promosi penjualan melalui bazaar, pameran, *display* barang dan potongan penjualan.

Penggunaan bauran promosi ini ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan produk batik, karena sebelumnya volume penjualan yang dihasilkan masih sedikit. Dengan menggunakan bauran promosi tersebut mampu meningkatkan volume penjualan. Akan tetapi peningkatan tersebut tidak terjadi secara terus menerus, adakalanya mengalami kenaikan maupun penurunan setiap tahunnya. Kenaikan atau penurunan volume penjualan tersebut terjadi pada bulan-bulan tertentu pada setiap tahunnya. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan sebelum diterapkannya bauran promosi dan setelah diterapkan bauran promosi.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area*

yang dilaksanakan di Rumah Batik Rolla Jember yang akan meneliti tentang bauran promosi pada rumah batik rolla jember dalam meningkatkan volume penjualan. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode observasi, wawancara, dan dokumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis trend yang digunakan untuk mengetahui suatu permasalahan dimasa mendatang sehingga bisa mengetahui fluktuasi volume penjualan.

Dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya perkembangan volume penjualan setelah diterapkannya bauran promosi selama 4 tahun mulai dari tahun 2011-2014. Tidak hanya mengalami kenaikan akan tetapi juga mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian bahwa kenaikan volume penjualan terjadi pada tahun 2011 dan 2013 semester II yaitu mencapai 80% dan penurunan volume penjualan Rumah Batik Rolla terjadi pada tahun 2012 semester I mencapai 11%. Kenaikan yang terjadi kebanyakan pada semester II karena bertepatan dengan datangnya hari raya dan tahun ajaran baru serta bertepatan dengan *event* yang diadakan oleh kota Jember setiap tahun nya. Oleh karena itu permintaan akan batik meningkat. Sedangkan pada semester I disebabkan masyarakat kurang berminat untuk membeli batik dan lebih memilih untuk menabung yang nantinya akan digunakan pada saat kebutuhan sekolah atau hari raya.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berupa skripsi dengan judul “Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla Di Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan”, karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

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

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Bambang Suyadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Umar HMS, M.Si Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi, serta Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen penguji I dan Dr. Sukidin, M.Pd selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama penulis melakukan study di Universitas Jember;
6. Pemilik Rumah Batik Rolla Ibu Iriane yang telah mengizinkan melakukan penelitian pada perusahaannya serta meluangkan waktunya;

7. Sahabat-sahabatku penghuni kos Jawa VI 19 A Andita, Retno, Frida, mbak Fenti, dan mbak Fitri yang telah memberikan semangat dan terima kasih atas pengalaman hidup yang kalian berikan selama ini;
8. Sahabat-sahabatku “Triple C” Ririn, Irma, Ratih, Lilik, Hisyam, dan Arik, yang hadir dalam hidupku, kalian teman terbaik, terima kasih atas support serta kebersamaannya selama ini;
9. Seluruh pihak yang telah membantu demi kelancaran penelitian ini.
Kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah berupa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

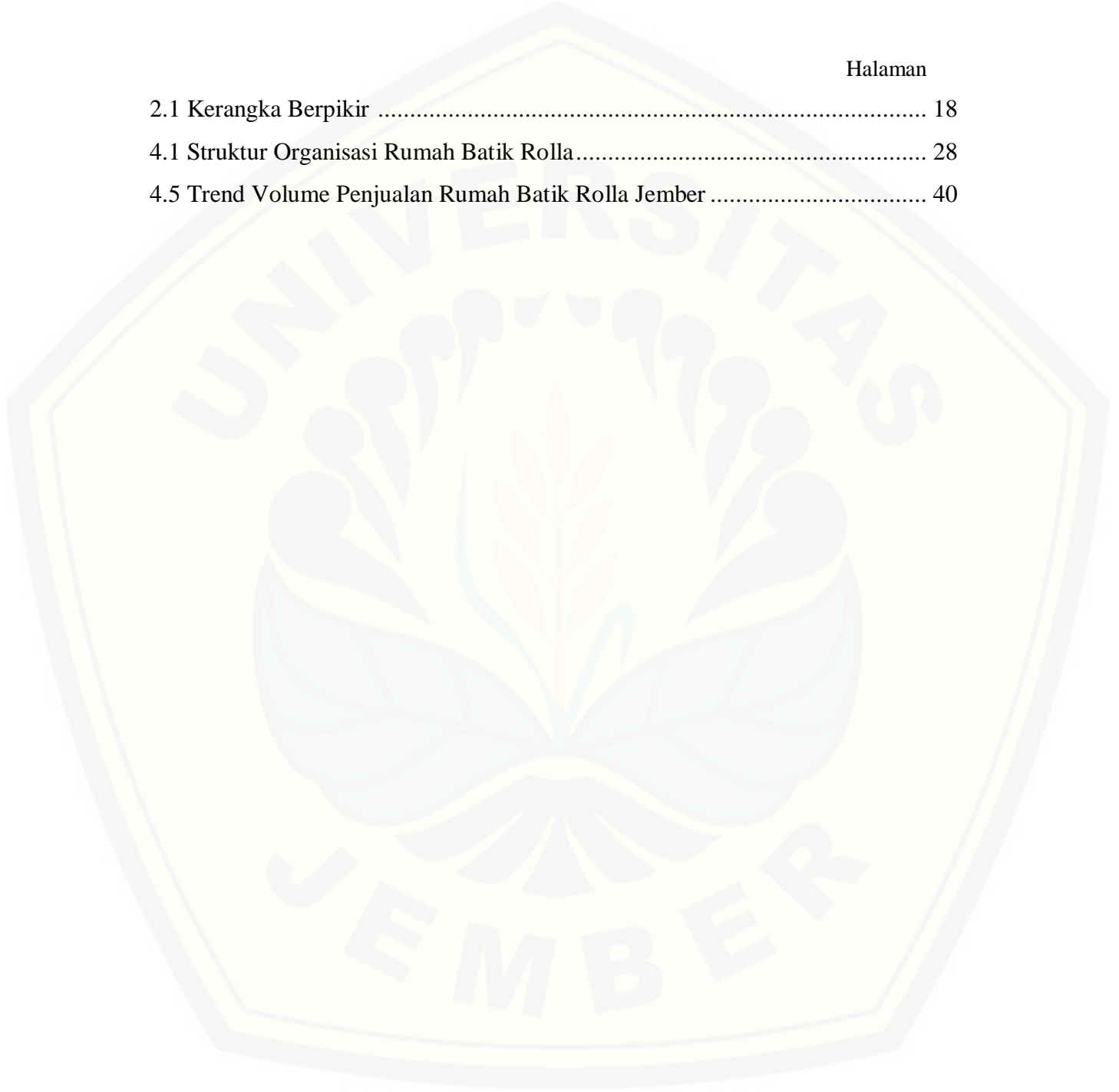
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori Promosi	8
2.3 Bauran Promosi	10
2.3.1 Iklan	10
2.3.2 Promosi Penjualan	12
2.4 Batik	14
2.5 Volume Penjualan	15
2.6 Bauran Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan	16
2.7 Kerangka Berpikir Penelitian	18

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Lokasi Penelitian	19
3.3 Metode Penentuan Subyek Penelitian	20
3.4 Definisi Operasional Konsep	20
3.4.1 Bauran Promosi	20
3.4.2 Periklanan	20
3.4.3 Promosi Penjualan	20
3.4.4 Batik	21
3.4.5 Volume Penjualan	21
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	21
3.5.1 Jenis Data	21
3.5.2 Sumber Data	22
3.6 Metode Pengumpulan Data	22
3.6.1 Metode Wawancara	22
3.6.2 Metode Observasi	22
3.6.3 Metode Dokumen	23
3.7 Analisis Data.....	23
3.7.1 Analisis Trend	23
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Gambaran Umum	25
4.1.1 Sejarah dan Profil Rumah Batik Rolla Jember.....	25
4.1.2 Visi dan Misi Rumah batik Rolla	27
4.1.3 Struktur Organisasi Rumah Batik Rolla.....	27
4.2 Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Sebelum Diterapkan Bauran Promosi.....	29
4.2.2 Setelah Diterapkan Bauran Promosi.....	30
4.2.3 Bauran Promosi yang Digunakan	34
4.2.4 Volume Penjualan.....	36

4.2.5 Analisis Trend	38
4.3 Pembahasan.....	43
4.3.1 Sebelum Diterapkan Bauran Promosi	43
4.3.2 Setelah Diterapkan Bauran Promosi	43
4.3.3 Volume Penjualan	45
4.3.4 Trend Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember	46
BAB 5. PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
Daftar Bacaan	52
Lampiran-lampiran	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir	18
4.1 Struktur Organisasi Rumah Batik Rolla.....	28
4.5 Trend Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember	40



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Daftar Volume Penjualan Produk Rumah Batik Rolla Sebelum Menggunakan Bauran Promosi.....	4
4.2 Tanggapan Konsumen Mengani Bauran Promosi	34
4.3 Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember	37
4.4 Linier Indeks Angka Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian	55
B. Pedoman Penelitian	56
C. Pedoman Wawancara	58
D. Transkrip Wawancara.....	62
E. Transkrip Hasil Wawancara	69
F. Dokumentasi Kegiatan Penelitian	72
G. Perhitungan Volume Penjualan	80
H. Gambar Trend Volume Penjualan.....	82
I. Perhitungan Persentase Volume Penjualan.....	83
J. Surat Penelitian	87
K. Surat Bimbingan	88
L. Daftar Riwayat Hidup.....	86

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. Hal ini akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan serta sebagai langkah awal dalam memahami keadaan dan permintaan pasar.

Semakin banyak barang yang mampu menjangkau pasar semakin berkembang suatu perusahaan. Perusahaan dituntut untuk semakin jeli dalam meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan untuk menjaga loyalitas konsumen, mengingat banyak sekali produk yang bersaing dipasaran. Dengan demikian, perusahaan harus mampu menciptakan daya saing strategis yang berkelanjutan, 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. *Pertama*, periklanan yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi barang atau jasa yang dibiayai oleh sponsor tertentu, misalnya melalui radio, majalah, televisi, dan surat kabar. Promosi semacam ini tidak membutuhkan penjelasan secara langsung dari penjual, akan tetapi cukup dengan pesan yang disampaikan melalui iklan. Pemilihan iklan yang akan digunakan juga harus tepat agar sesuai dengan sasaran yang dituju.

Kedua, penjualan pribadi. Pemasaran produk suatu perusahaan tidak cukup dilakukan hanya dengan periklanan, karena sebagian orang kurang paham terhadap produk yang diiklankan. Perlu adanya penjualan pribadi, yaitu cara memasarkan produk melalui interaksi yang dilakukan melalui tatap muka dengan pembeli untuk memperkenalkan suatu produk. *Ketiga*, promosi penjualan yaitu cara memasarkan produk yang ditujukan bagi konsumen yang cenderung beralih merk, mencari harga yang lebih murah, serta memiliki nilai lebih baik. Salah satu cara yang digunakan dalam promosi penjualan yaitu dengan menjajakan produk dan menata sedemikian rupa agar mudah untuk dilihat konsumen sehingga menimbulkan rasa tertarik terhadap suatu produk.

Keempat, publisitas. Pemasaran produk melalui publisitas hampir sama dengan iklan yaitu berupa berita yang bersifat umum agar konsumen menjadi tahu dan menyukai sebuah produk. Pada hal berita pada publisitas perusahaan tidak berperan aktif sehingga tidak perlu membayar untuk keperluan pemberitaan, yang berperan aktif adalah media massa atau surat kabar yang membuat berita tersebut (Gitosudarmo,2000:239).

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. 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. Pada rumah batik Rolla, produk yang dipasarkan berupa kain batik yang dibentuk menjadi pakaian, mukena, tas, dan lainnya. Motif batik dipilih karena dianggap menarik dan paling diminati oleh kalangan masyarakat. Salah satu motif yang ditonjolkan pada rumah batik Rolla ini adalah batik dengan motif tembakau. Motif ini dijadikan sebagai ciri khas daerah Jember, karena Jember yang terkenal dengan hasil tembakaunya yang melimpah. Pemilik Rumah Batik Rolla juga menyediakan berabagai motif batik yang terinspirasi oleh hasil pertanian Jember atau kegiatan sehari-hari masyarakat Jember. Sehingga motif batik yang dihasilkan setiap harinya akan berbeda, baik batik tulis, batik cap, maupun batik sablon. Rumah Batik Rolla memiliki 156 karyawan yang terdiri dari 16 orang laki-laki dan 140 perempuan yang sudah terbagi ke dalam bagian masing-masing, sehingga akan memudahkan penyelesaian produksi batik.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, Rumah Batik Rolla sebelum menggunakan bauran promosi volume penjualannya tidak stabil berikut tabel volume penjualan.

Tabel 1.1 : Daftar Volume Penjualan Produk Rumah Batik Rolla Jember Sebelum Menggunakan Bauran Promosi.

TAHUN	JUMLAH PRODUKSI	JUMLAH PENJUALAN
2010		
• 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

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa volume penjualan pada Rumah Batik Rolla sebelum menggunakan bauran promosi per semester terlihat adanya peningkatan penjualan. Namun, peningkatan ini tidak terlalu banyak atau dapat dikatakan tetap jika dilakukan perhitungan melalui persentase. Hal ini diakibatkan karena sedikitnya konsumen yang berkunjung di Rumah Batik Rolla dan belum mengetahui kualitas produk yang dihasilkan. Sehingga membuat Rumah Batik Rolla sulit untuk memasuki pangsa pasar yang ada

Seiring dengan berjalannya waktu, Rumah Batik Rolla menginginkan adanya perubahan dalam penjualan sehingga memutuskan untuk menggunakan bauran promosi sebagai langkah untuk memasarkan produk pada pangsa pasar yang lebih luas. 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 ditempelkan di tempat yang strategis. 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 radio dan 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 JFC (*Jember Fashion Carnival*) dan bazaar 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.

Semakin luasnya pangsa pasar yang dijangkau oleh Rumah Batik Rolla membuat bisnis ini memiliki beberapa pesaing yang dapat menjadi sebuah ancaman. Ancaman yang terjadi muncul karena adanya tingkat persaingan produk dari

perusahaan sejenis sehingga menyebabkan konsumen dapat berpindah pada perusahaan lain. Salah satu pesaing rumah batik Rolla ini adalah batik tulis yang berada di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumber Jambe yang didirikan lebih awal dan sudah memiliki pengalaman lebih banyak sehingga mampu menguasai pasar yang cukup luas. Dengan demikian, industri rumah batik Rolla ini dituntut untuk meningkatkan strategi pemasaran yang lebih optimal agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga usaha ini tidak kalah bersaing di pasar.

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**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini mengenai

1. Bauran promosi apa saja yang digunakan pada Rumah Batik Rolla Jember?
2. Bagaimanakah peningkatan volume penjualan sebelum adanya Bauran promosi dan setelah adanya bauran promosi?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilakukan adalah

1. Untuk mengetahui bauran promosi yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla jember.
2. Untuk mengetahui peningkatan volume penjualan sebelum dan sesudah diterapkannya bauran promosi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti

Dapat menambah pengetahuan baru serta wawasan di bidang pemasaran yang diterapkan pada rumah batik Rolla di Jember.

2. Bagi perguruan tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi kepustakaan Universitas Jember tentang bauran promosi atau pemasaran produk.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan untuk penelitian yang sejenis.

4. Bagi pengusaha batik Rolla Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan pada pengusaha batik Rolla mengenai bauran promosi yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang beberapa teori yang menjadi dasar teori yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: Tinjauan penelitian terdahulu, teori promosi, bauran promosi, teori batik, teori volume penjualan, teori bauran promosi dalam meningkatkan volume penjualan, serta kerangka berpikir penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

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

Penelitian tersebut dilakukan oleh Moh. Yusuf Efendi dengan judul “Implementasi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Taurus Motor Nganjuk”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan paradigma kualitatif yang berintikan cara berpikir induktif. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa implementasi bauran promosi yang terdiri dari 4 kombinasi di gunakan secara keseluruhan dengan bentuk media elektronik, pameran, hadiah, program *Lease back* dan bekerja sama dengan pihak terkait.

Persamaan yang dilakukan oleh Moh. Yusuf Efendi dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sama-sama meneliti tentang bauran promosi yang digunakan pada perusahaan. Adapun perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti. Penelitian terdahulu meneliti implementasi bauran promosi pada produk kendaraan, sedangkan obyek penelitian sekarang adalah bauran promosi pada produk industri batik. Peneliti terdahulu menggunakan analisis data domain dan taksonomis, sedangkan penelitian sekarang menggunakan analisis trend.

Penelitian yang akan dilakukan juga mengacu pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Siska Nindia yang berjudul “Implementasi Bauran Promosi Sebagai Salah Satu Cara Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Culombindo

Perdana Sub Cabang Jember.” Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif berdasarkan analisis data yang digunakan perusahaan ini menggunakan bauran promosi secara keseluruhan yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Perusahaan ini bergerak dalam bidang usaha penjualan produk elektronik dan furniture dengan sistem penjualan kredit dan tunai.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Siska Nindia dengan penelitian adalah sama-sama meneliti tentang bauran promosi. Dan persamaan lainnya terletak pada analisis data yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada obyek yang diteliti. Peneliti terdahulu meneliti tentang produk yang bergerak pada bidang elektronik, sedangkan penelitian sekarang meneliti produk batik dengan variasi bentuk dan motif.

2.2 Teori Promosi

Hampir semua perusahaan menghubungkan kegiatan pemasaran dengan promosi untuk menjual produknya. Produk yang akan dipasarkan harus melalui perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada konsumen. Suatu perusahaan memerlukan promosi guna menunjang proses pertukaran produk dari tangan produsen ke konsumen, dengan demikian perusahaan akan memperoleh tambahan atas penjualan produknya. Menurut Swastha dan Irawan (2002:349), promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Kemudian 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.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, promosi dapat dijadikan peluang oleh Rumah Batik Rolla dalam memasarkan produknya dengan cara memberikan informasi produk serta membujuk konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Swastha dan Irawan (2002:354), dalam melakukan promosi terdapat beberapa praktek yang mendasar pada tujuan-tujuan berikut:

- a. **Modifikasi tingkah laku**
Dalam melakukan kegiatan promosi setiap orang akan mengalami perubahan tingkah laku dalam mengkonsumsi barang. Misalnya dengan memperkuat produk yang dikonsumsi melalui himbauan atau memberikan kesan baik tentang produk tersebut.
- b. **Memberitahu**
Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan.
- c. **Membujuk**
Promosi yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Namun kenyataannya sekarang ini justru yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat membujuk. Promosi semacam ini dilakukan untuk mendorong pembelian.
- d. **Mengingat**
Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk dihati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan produk.

Berdasarkan tujuan-tujuan praktik promosi diatas, mampu memberikan gambaran pada Rumah Batik Rolla untuk melakukan promosi kepada masyarakat dengan tujuan menarik minat konsumen sehingga mampu meningkatkan volume penjualan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan juga harus melihat sasaran konsumen yang dituju untuk memperkenalkan produknya. Dengan demikian perusahaan akan memberitahu, membujuk dan mengingatkan kepada konsumen adanya produk batik yang di hasilkan oleh Rumah Batik Rolla, dengan demikian konsumen akan memperlihatkan tingkah laku terhadap batik yang dipasarkan. Misalnya dengan menghimbau kepada konsumen lain untuk membeli batik tersebut.

2.3 Bauran Promosi

Perusahaan dalam memasarkan produknya harus melakukan promosi kepada masyarakat. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan dalam memperkenalkan produknya, karena betapapun bermanfaat suatu produk tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut dengan cara promosi. Menurut Swastha dan Irawan (2002:349), bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Assauri (2007:269), bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang meliputi iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas. Bauran promosi ini semuanya saling mempengaruhi pada jalannya pemasaran perusahaan. Seperti yang dijalankan oleh Rumah Batik Rolla yang menggunakan bauran promosi dengan tujuan untuk memberitahukan kepada langganan dan calon langganan yang potensial, tentang adanya suatu produk baru dan keuntungan apa saja yang akan diperoleh bila memakai produk baru tersebut. Namun peneliti hanya meneliti pada aspek iklan dan promosi penjualan yang dianggap tepat dalam pemasaran produk batik pada Rumah Batik Rolla Jember.

2.3.1 Iklan

Saat ini banyak kita jumpai beberapa iklan yang dipasang oleh perusahaan-perusahaan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk mereka. Tanpa adanya iklan perusahaan akan merasa kesulitan dalam memasarkan produknya. Terutama pada era globalisasi saat ini yang semakin maju pada bidang teknologi. Dengan adanya teknologi yang dijadikan iklan mampu membantu perusahaan dalam menambah tingkat penjualan.

Iklan hampir digunakan oleh setiap perusahaan yang memasarkan produknya. Iklan digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa yang dibiayai oleh sponsor yang dikenal, dalam rangka untuk menarik calon konsumen guna melakukan pembelian, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan. Dalam rangka penyampaian pesan dari sponsor, umumnya digunakan media iklan berupa radio, televisi, majalah, surat kabar, billboard, papan peragaan, poster, spanduk dan lainnya.

Tujuan iklan secara keseluruhan mempengaruhi tingkat penjualan agar tingkat keuntungan perusahaan meningkat. Sedangkan tujuan periklanan secara khusus menurut Assauri (2007:273), adalah:

- a. Mempertahankan para langganan yang setia dengan membujuk para langganan agar tetap membeli.
- b. Menarik kembali para langganan yang hilang atau lari, dengan menarik atau mengarahkan arus langganan secara perlahan-lahan kearah produk yang dihasilkan perusahaan dari merk produk saingan.
- c. Menarik langganan baru, dengan menarik arus pembeli kearah produk yang diiklankan perusahaan, dan menggantikan tempat langganan yang pindah ke produk merk saingan, serta memperluas pasar secara keseluruhan.

Berdasarkan tujuan dalam iklan, diharapkan rumah batik Rolla mampu mempelajari tujuan yang ada pada iklan. Apalagi rumah batik Rolla merupakan industri barang yang membutuhkan adanya periklanan dalam memasarkan produknya. Banyak cara yang digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya baik dari sponsor maupun media. Misalnya berupa surat kabar, majalah, radio, televisi, slide, film, papan peragaan, poster, spanduk, surat edaran, cendera mata dan lain sebagainya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam rangka pemilihan kombinasi jenis media yang akan digunakan dalam mengiklankan hasil produksinya, yaitu:

- a. Sifat media yang dituju

Perusahaan harus dapat memilih media yang paling efisien

b. Produk

Tiap jenis media mempunyai kemampuan yang berbeda-beda untuk peragaan, penggambaran, penerangan, kepercayaan, dan warna. Perusahaan harus dapat menentukan media yang paling menguntungkan dan yang terbaik untuk memperagakan produknya.

c. Pesan

Tiap pesan berbeda dengan waktu pemasangan yang diinginkan dan dalam jenis penerangan atau informasi atau data teknis yang akan disampaikan.

d. Biaya

Tiap media berbeda dalam tarif pemasangan iklannya. Dalam penggunaan media ini perlu diperhitungkan biaya per seribu *exposures*, bukan biaya keseluruhannya.

Berdasarkan jenis media diatas dapat diketahui hendaknya rumah batik Rolla memahami jenis media yang akan digunakan. Sehingga dalam melakukan promosi rumah batik Rolla mampu memilih jenis media yang cocok untuk jenis barang yang akan dipasarkan. Serta mampu memahami tujuan promosi sehingga barang yang dipasarkan tepat pada sasaran yang dtuju.

2.3.2 Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menggugah atau mentimulasi pembelian. Menurut Assauri (2007:282), promosi penjualan adalah segala kegiatan pemasaran selain penjualan pribadi, iklan dan publisitas yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan yang bersifat langsung dan juga yang bersifat jangka pendek.

Promosi penjualan dapat dinyatakan sebagai kegiatan yang melengkapi dan mendorong periklanan dan penjualan pribadi namun sifatnya berbeda dengan penjualan pribadi, karena penjualan pribadi ditujukan untuk perorangan, sedangkan

promosi penjualan ditujukan pada kelompok pembeli atau calon pembeli. Perbedaannya dengan iklan adalah iklan ditujukan pada kelompok konsumen dalam jumlah besar, sedangkan pada promosi penjualan mengkhususkan pada suatu kelompok konsumen tertentu dalam jumlah yang relative kecil.

Menurut Assauri (2007:283), dalam promosi penjualan dapat dibedakan atas tiga macam promosi, yaitu:

- a. Promosi yang diarahkan kepada pembeli
- b. Promosi yang diarahkan kepada pedagang dan,
- c. Promosi yang diarahkan kepada pramuniaga

Pada kenyataannya promosi penjualan digunakan perusahaan untuk menarik pembeli agar dapat menembus atau memasuki pasar yang baru agar memperoleh langganan baru. Menurut Assauri (2007:285), terdapat dua sifat yang ada pada promosi penjualan, yaitu:

- a. Adanya Desakan

Peralatan promosi penjualan selalu menarik perhatian, dan seringkali dapat mengubah kebiasaan lama konsumen, untuk kemudian menjuruskan perhatiannya pada produk yang dihasilkan perusahaan.

- b. Merendahkan Produk

Jika peralatan promosi penjualan ini terlalu sering digunakan dan ceroboh dalam pemakaiannya, maka akan timbul keraguan konsumen, yang menganggap bahwa barang atau jasa yang dipromosikan tersebut kurang laku, kurang disenangi, belum dikenal atau tidak akan diproduksi lagi.

Berdasarkan ketiga macam promosi dan sifat promosi penjualan yang dikemukakan diatas, mampu memberikan gambaran pada rumah batik Rolla untuk memperhatikan sasaran yang akan dituju ketika melakukan promosi, agar barang yang akan dipasarkan sampai pada tangan konsumen dengan tepat. Sehingga promosi yang dilakukan sesuai dengan target yang di inginkan. Promosi yang dilakukan juga harus melihat peralatan yang digunakan, agar mampu menarik perhatian konsumen, baik konsumen lama maupun baru. Penggunaan alat promosi juga harus disesuaikan dengan keadaan konsumen, karena jika peralatan promosi digunakan secara terus

menerus pada konsumen tetap maka akan merasa ragu terhadap barang yang dipasarkan.

2.4 Batik

Batik merupakan salah satu ciri khas kebudayaan Indonesia yang telah menjadi warisan dikalangan masyarakat terutama pada masyarakat Jawa. Batik dijadikan sebagai seni menggambar atau melukis di atas kain mori dengan pola yang diinginkan. Setiap pola yang dituliskan pada kain merupakan suatu simbol dari peristiwa yang terjadi pada waktu tertentu. Menurut Hamzuri (dalam Siswanti, 2007:12), batik merupakan lukisan atau gambar pada kain mori yang dibuat dengan menggunakan canting. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Djumeno (dalam Siswanti, 2007:12), yang mengatakan bahwa batik pada dasarnya sama dengan melukis diatas sehelai kain putih, sebagai alatnya dipakai canting dan bahan melukisnya dipakai malam.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa batik merupakan suatu seni menggambar yang dilakukan diatas kain mori dengan menggunakan canting dan malam sebagai bahan melukis, dengan disertai berbagai motif yang disukai. Seperti yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla ketika membatik, dengan cara menggambar pola berdasarkan peristiwa yang sedang terjadi atau pola ciri khas kota Jember yang sering dikenal dengan motif tembakau. Motif tembakau ini paling banyak diminati masyarakat untuk memperingati hari kota jember dengan tujuan untuk memperkenalkan kepada wisatawan yang berkunjung.

Menurut Noviadri (2009), macam-macam batik adalah:

a. Batik Tulis

Batik tulis ini dibuat menggunakan tangan cara melukis diatas kain putih menggunakan malam. Proses pembuatan batik ini membutuhkan waktu yang cukup lama, karena dilakukan secara manual sehingga membutuhkan ketekunan dan ketelitian dari pekerja. Keunggulan motif batik tulis ini jarang sekali di serupai

oleh batik-batik lainnya, karena selain harganya mahal, cara pembuatannya juga cukup rumit.

b. Batik Cap

Batik cap merupakan batik yang cara pembuatannya dilakukan dengan cara di cap. Proses pembuatan batik ini tidak sesulit batik tulis, batik ini cukup dengan melakukan cap pada kain putih dengan memilih variasi cap yang sudah disediakan. Dan pembuatan batik ini tidak terlalu membutuhkan waktu lama.

c. Batik Sablon

Selain batik tulis dan batik cap, ada juga batik sablon. Batik sablon hampir sama dengan batik cap, akan tetapi pada batik sablon dilakukan dengan cara disablon. Pembuatannya cukup dengan disablon sesuai dengan permintaan motif, batik ini cenderung lebih murah dari batik tulis dan batik cap karena cara pembuatan yang cukup mudah dan tidak memerlukan biaya yang terlalu besar.

Dalam penelitian yang dilakukan di Rumah Batik Rolla, usaha ini hanya memproduksi batik tulis dan batik cap sebagai produk mereka. Hal ini dikarenakan kedua batik ini mampu memberikan keuntungan lebih dari pada batik sablon yang kurang diminati oleh kalangan masyarakat.

2.5 Volume Penjualan

Berkembangnya suatu perusahaan merupakan harapan setiap pemilik usaha untuk memperoleh keuntungan yang tinggi. Perusahaan akan memperluas jangkauan wilayah untuk menarik konsumen melakukan pembelian produk sehingga akan meningkatkan volume penjualan perusahaan. Besar kecilnya volume penjualan yang diperoleh perusahaan tergantung pada kegiatan promosi yang dilakukan. Semakin baik promosi yang dilakukan maka akan semakin tinggi volume penjualan yang diperoleh. Menurut Swastha dan Irawan (2002:141), volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan rugi-laba perusahaan. penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan diperoleh

dari pangsa pasar yang merupakan tempat pembeli potensial. Menurut Kotler (2000,179) bahwa volume penjualan ditunjukkan melalui jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu. Jadi, volume penjualan merupakan hasil akhir penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut selama waktu tertentu.

Terdapat beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan yaitu:

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya
- b. Menempatkan dan melakukan pengaturan secara teratur produk sehingga mampu menarik minat pembeli
- c. Mengadakan analisis pasar
- d. Mengadakan potongan harga
- e. Mengadakan pameran

Berdasarkan beberapa usaha diatas, Rumah Batik Rolla Jember melakukan penjualan secara rutin baik dengan menjajakan produk batik ditempat usaha dengan tujuan agar terlihat oleh konsumen sehingga timbul minat untuk melakukan pembelian. Selain itu Rumah Batik Rolla tidak pernah absen ketika diadakannya pameran, hal ini dilakukan untuk menambah jumlah penjualan, karena dengan diadakannya pameran konsumen yang dimiliki Rumah Batik Rolla akan bertambah.

2.6 Bauran Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan

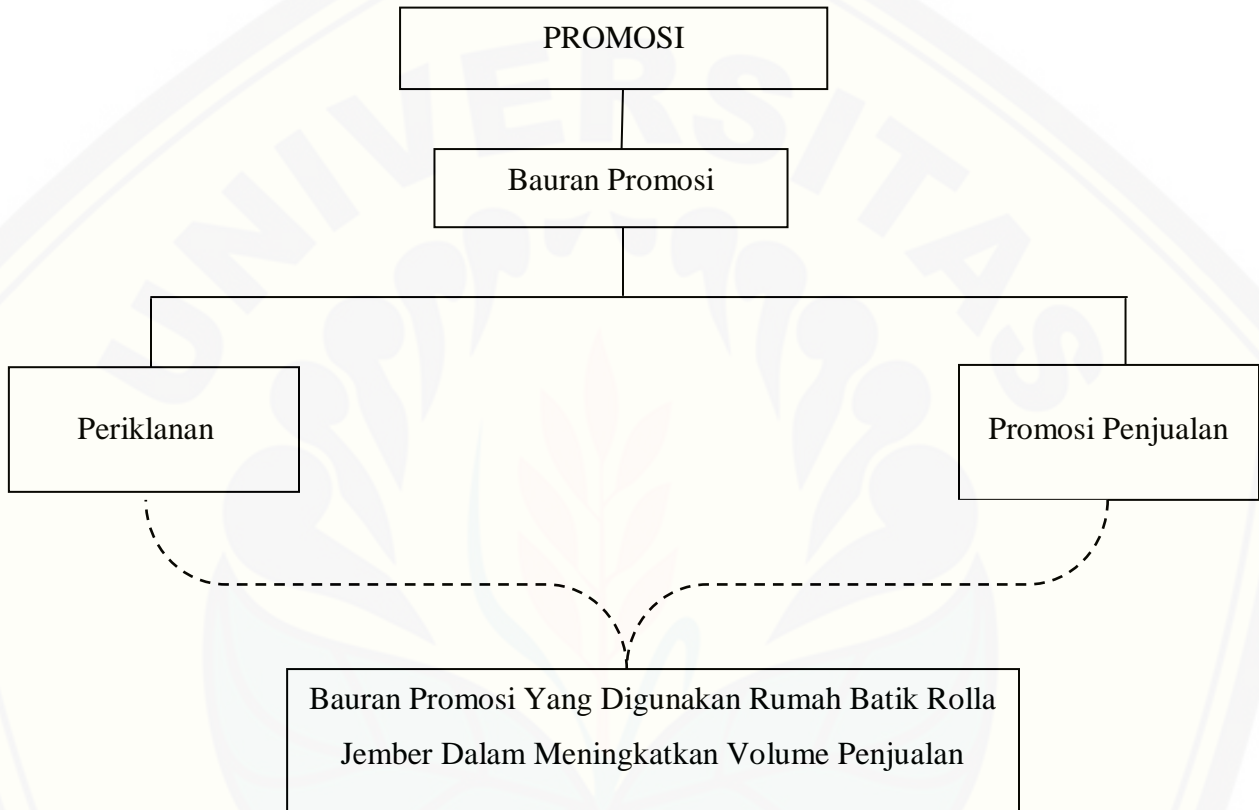
Dalam dunia bisnis setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Promosi sering kali disebut dengan komunikasi pemasaran yang menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Alma (2000:169) bahwa peran bauran promosi yang terdiri dari beberapa kombinasi yaitu periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas yang kesemuanya oleh perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Bauran promosi

dapat dijadikan sebagai seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Hal yang sama juga 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.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa bauran promosi dalam meningkatkan volume penjualan dapat diwujudkan dengan cara melakukan kegiatan promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Seperti yang telah dilakukan oleh Rumah Batik Rolla Jember dengan menggunakan 2 kombinasi promosi. Rumah Batik Rolla dianggap merasa perlu meningkatkan volume penjualan dalam jangka pendek karena berbagai alasan, salah satunya untuk menghabiskan stok produk lama sebelum memperkenalkan produk baru.

2.7 Kerangka Berpikir Penelitian

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



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini akan dibahas tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Metode yang digunakan oleh peneliti meliputi rancangan penelitian, lokasi penelitian, metode penentuan subjek, definisi operasional konsep, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data.

3.1 Rancangan penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid. Rancangan pada penelitian ini berupa penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan tempat menggunakan metode *purposive area*. Tujuan dari penelitian kuantitatif ini untuk menganalisis bauran promosi yang digunakan yang meliputi periklanan dan promosi penjualan, serta untuk menganalisis volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember pada tahun 2010-2014. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dengan menggunakan analisis *trend* untuk mengetahui volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember pada tahun 2010-2014.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Rumah Batik Rolla Jember sebagai tempat penelitian. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu penentuan lokasi penelitian secara sengaja daerah atau tempat penelitian yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Lokasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah industri Rumah Batik Rolla Jember. Pertimbangan yang mendasari penelitian pada Rumah Batik Rolla Jember karena sebagaimana masyarakat

sekitar lokasi penelitian tidak memiliki keahlian dalam membuat sehingga pemilik Rumah Batik Rolla memberdayakan masyarakat sebagai karyawan dengan memberikan pelatihan sebagai bekal dalam membuat.

3.3 Metode Penentuan Subyek Penelitian

Metode penentuan subyek penelitian dengan menggunakan metode *purposive*. Subyek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu pemilik Rumah Batik Rolla Jember, serta pelanggan sebagai informan yang memberikan tambahan informasi untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.4 Definisi Operasional Konsep

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

3.3.1 Bauran Promosi

Bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang meliputi periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas. Bauran promosi ini digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Seperti yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla dalam memasarkan produknya berupa kain batik dengan bentuk dan motif yang bervariasi.

3.3.2 Periklanan

Periklanan merupakan unsur pemasaran yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla Jember. Yang berupa brosur, kartu nama, dan baliho yang dipasang didepan tempat usaha batik tersebut.

3.3.3 Promosi penjualan

Promosi penjualan digunakan oleh Rumah Batik Rolla untuk menarik minat konsumen terhadap produk batik Jember. Seperti melakukan pameran di tempat-tempat umum dengan tujuan untuk merangsang pembeli.

3.3.4 Batik

Batik merupakan salah satu ciri khas kebudayaan Indonesia yang telah menjadi warisan dikalangan masyarakat terutama pada masyarakat Jawa. Batik dibuat dengan cara melukis atau menggambar pada kain mori yang dibuat dengan menggunakan canting yang sampai sekarang jumlah produksi batik semakin bertambah.

3.3.5 Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan selama waktu tertentu. Volume penjualan ini dihasilkan melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin meningkat volume penjualan maka dapat dikatakan semakin efektif promosi yang digunakan.

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden atau pemilik Rumah Batik Rolla Jember yang bernama Iriane. Data yang diambil melalui observasi dan wawancara merupakan data yang berkaitan dengan bauran promosi yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder yang digunakan peneliti meliputi data tentang profil usaha serta kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Rumah Batik Rolla.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Subyek penelitian yaitu pemilik Rumah Batik Rolla Jember
- b. Informan, yaitu pelanggan Rumah Batik Rolla Jember.
- c. Dokumen, yaitu catatan yang berkaitan dengan bauran promosi dan volume penjualan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

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

3.5.1 Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan akurat sesuai dengan kebutuhan peneliti. Wawancara dilakukan dengan pemilik Rumah Batik Rolla yang bernama Iriane, peneliti melakukan dialog langsung dengan pemilik usaha berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya, agar proses dialog atau tanya jawab dapat berjalan lancar sesuai dengan konsep yang telah di rancang dengan baik. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai bauran promosi yang berkaitan dengan jumlah volume penjualan.

3.5.2 Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dan penting sebagai dasar analisis yang diperlukan. Dalam observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap lokasi yang diteliti seperti kegiatan yang dilakukan di Rumah Batik Rolla. Observasi ini bertujuan untuk menggali kemungkinan informasi yang terlewatkan pada pedoman wawancara.

3.5.3 Metode Dokumen

Metode dokumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh dokumen resmi yang berkaitan dengan data bauran promosi yang dilakukan pada Rumah Batik Rolla Jember. Dokumen yang dimaksud meliputi surat-surat, data-data sejarah perusahaan, kegiatan pemasaran perusahaan serta berkas lainnya yang berkaitan dengan bauran promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla Jember.

3.7 Analisis Data

3.7.1. Analisis *Trend*

Analisis *trend* merupakan metode analisis yang ditujukan untuk melakukan suatu estimasi atau peralaman pada masa yang akan datang. Untuk melakukan peramalan dengan baik maka dibutuhkan informasi yang cukup akurat, sehingga hasil analisis dapat diketahui sampai seberapa besar fluktuasi yang terjadi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data berupa *trend* linier dengan metode kuadrat terkecil (*Least Square*). *Trend* linier memiliki bentuk persamaan berupa persamaan garis lurus. Sesuai dengan data yang diperoleh untuk menganalisis volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = data berkala atau nilai *trend* untuk setiap periode tertentu

X = periode waktu tertentu (hari, minggu, bulan, tahun)

a = konstanta, nilai Y pada saat $X = 0$

b = koefisien X , kemiringan garis *trend*

Dalam menentukan garis *trend*, terlebih dahulu mencari nilai a dan b , artinya jika nilai a dan b sudah diketahui maka garis *trend* akan mudah untuk dibuat. Berikut rumus yang digunakan:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \text{ dan } b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan:

Y = nilai data berkala

n = jumlah periode waktu

X = tahun kode (Sunyoto, 2011:117)

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini peneliti akan memaparkan hasil pembahasan dari penelitian yang dilakukan di Rumah Batik rolla Jember. Adapun hasil penelitian dan pembahasannya adalah sebagai berikut:

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Profil Rumah Batik Rolla Jember

Rumah Batik Rolla yang terletak diwilayah Jember merupakan salah satu usaha kecil yang bergerak pada bidang industri batik. Industri batik ini didirikan pada tahun 2010 yang beralamat di Jl. Mawar No.75 Jember. Berdirinya industri ini bermula dari adanya inisiatif pemilik yang bernama ibu Iriane yang memberdayakan ibu-ibu rumah tangga sekitar industri yang menjadi anggota Lembaga Keuangan Mikro Masyarakat (LKMM) yang kebetulan LKMM ini di kelola oleh suami Iriane sendiri, sehingga terjadi kerjasama antara beliau berdua. Tujuan Iriane memberdayakan ibu LKMM ini dengan alasan karena mereka tidak memiliki pekerjaan tetap sehingga hanya mengandalkan suami mereka dengan pendapatan yang lebih dari cukup. Sehingga dijadikanlah ibu-ibu tersebut sebagai karyawan Rumah Batik Rolla. Awalnya Iriane hanya merekrut 10 ibu-ibu untuk dijadikan sebagai karyawan, Ibu-ibu ini dibekali dengan pelatihan khusus untuk melakukan proses membatik, karena mereka belum mengetahui cara untuk membatik. Ibu Iriane selaku pemilik mendatangkan langsung pelatih dari Jawa Tengah sebanyak 2 orang sebagai pelatih dengan melakukan pelatihan selama 2 bulan.

Seiring dengan berjalannya waktu permintaan akan batik pada tahun 2010 mengalami peningkatan meskipun hanya beberapa helai. Namun Iriane memiliki keinginan untuk menambah jumlah karyawan sebanyak 9 orang untuk ditempatkan pada bagian *drafter* (juru gambar). Secara maraton Iriane melatih karyawan baru

untuk membatik. Dan sebagai pelatihnya yaitu karyawan sebelumnya yang sudah dibekali oleh pelatih asal Jawa Tengah. Pelatihan itu sendiri dilakukan selama satu minggu, apabila selama satu minggu karyawan sudah mampu membatik, maka langsung dibekali dengan peralatan membatik seperti, wajan, kompor, satu set canting, malam, minyak tanah, dan kain yang telah bergambar desain batik untuk dikerjakan di rumah masing-masing. Seiring berjalannya waktu, setiap tahunnya Iriane terus menambah jumlah karyawan hingga berjumlah sebanyak 156 orang. Karyawan ini terdiri dari 16 orang laki-laki dan 140 orang perempuan yang sudah terbagi ke dalam masing-masing bagian dalam memproduksi batik. Alat untuk membatik juga didatangkan langsung dari Jawa Tengah sesuai dengan kebutuhan. Sehingga kualitas batik yang dihasilkan dari Rumah Batik Rolla tidak kalah dengan pesaing batik lainnya.

Dalam memproduksi batik, Rumah Batik Rolla memiliki ciri khas motif khusus dari Jember, yaitu berupa motif tembakau yang merupakan hasil utama pertanian wilayah Jember. Nama industri Rumah Batik Rolla ini dibuat untuk mengabadikan nama ayah Iriane yang semasa hidupnya diabdikan menjadi pengusaha yaitu Chairioellah atau yang lebih dikenal dengan sebutan Pak Rolla. Jika Pak Rolla ini memiliki bisnis tembakau, maka putrinya berbisnis gambarnya tembakau sebagai motif batik. Begitulah kalimat yang diucapkan oleh Iriane ketika terdapat konsumen atau orang bertanya seputar bisnisnya. Iriane memiliki keinginan untuk mengubah lingkungan sekitar jalan Mawar menjadi kampung batik dimana sebagian besar ibu rumah tangga yang tinggal di kawasan tersebut yang setiap harinya bekerja membatik. Batik yang dihasilkan oleh bisnis ini tidak hanya motif tembakau saja akan tetapi juga memproduksi variasi motif lain sesuai dengan hasil pertanian yang sedang dipanen atau kegiatan para petani disawah. Sehingga motif yang dihasilkan setiap harinya berbeda-beda. Batik yang diproduksi ini selain berupa kain, juga dibentuk menjadi pakaian, mukena, tas dan taplak meja dengan berbagai macam harga.

4.1.2 Visi dan Misi Rumah Batik Rolla Jember

a. Visi Rumah Batik Rolla

Visi Rumah Batik rolla adalah menjadi produsen batik tulis yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi hingga skala nasional maupun regional.

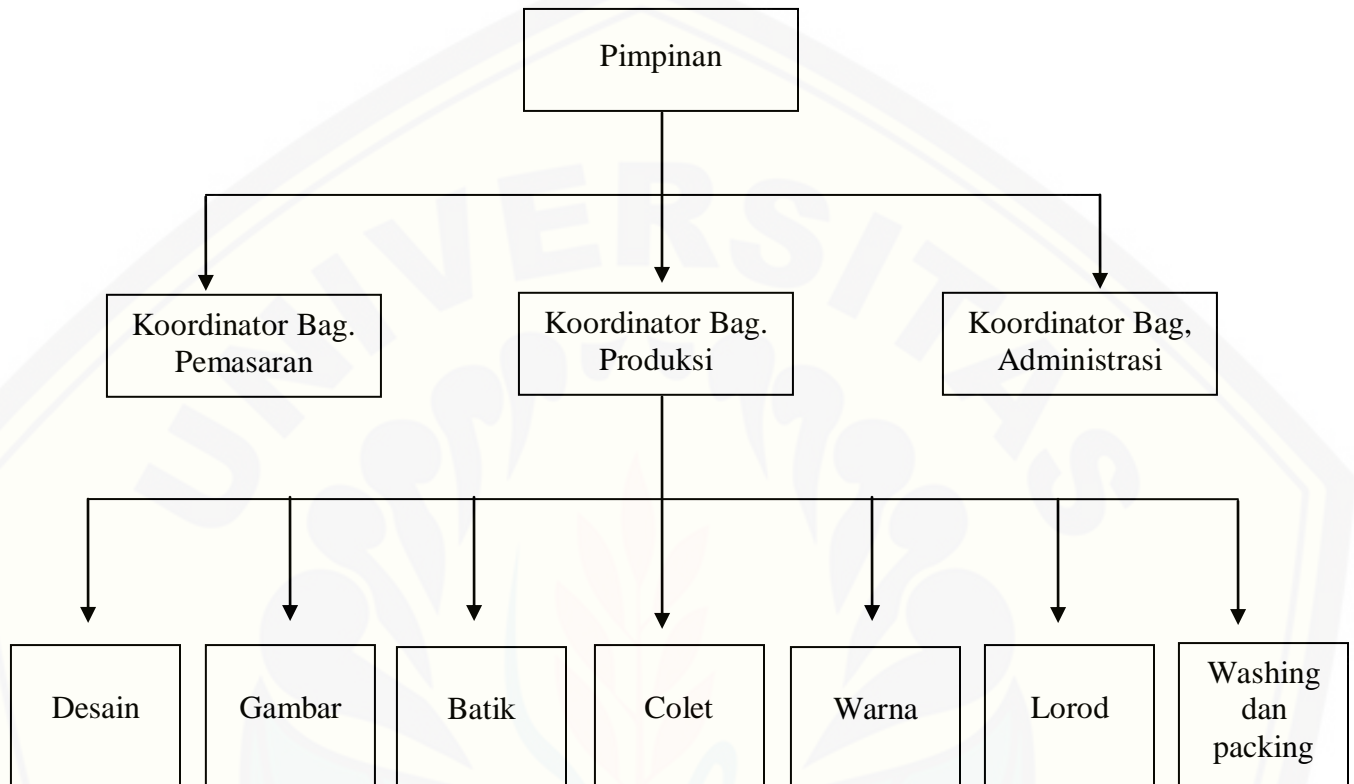
b. Misi Rumah Batik Rolla

Misi Rumah Batik Rolla yaitu :

1. Menciptakan lapangan kerja
2. Menambah pendapatan
3. Melestarikan serta mewujudkan motif batik tembakau sebagai sentra kerajinan batik tulis di kabupaten jember yang berkualitas dimasa depan.

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka atau gambaran secara skematis mengenai tugas dan hubungan kerjasama kelompok atau individu dalam suatu wadah atau tempat kegiatan dalam mencapai suatu tujuan yang telah disepakati bersama. Adanya struktur organisasi akan membantu dalam proses koordinasi yang terjadi antara atasan dengan bawahan maupun sebaliknya, sehingga terdapat pemisah kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan lainnya. Dengan demikian struktur organisasi sangat berpengaruh terhadap berhasil tidaknya suatu kegiatan perusahaan yang sedang dilaksanakan. Struktur organisasi Rumah Batik Rolla Jember menjelaskan mengenai tugas dan wewenang masing-masing pekerja, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam bekerja. Berikut struktur organisasi tersebut:

**BAGIAN STRUKTUR ORGANISASI
RUMAH BATIK ROLLA JEMBER**

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Batik Rolla Jember.

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab pada masing-masing bagian di Rumah Batik Rolla:

1. Pimpinan Usaha
 - a. Menetapkan kebijakan intern perusahaan secara umum
 - b. Menyusun rencana kerja, modal, anggaran biaya dan pendapatan perusahaan.
 - c. Mengkoordinir semua unsure didalam perusahaan
 - d. Bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan
2. Koordinator Bagian Pemasaran
 - a. Menyusun strategi pemasaran
 - b. Meyakinkan konsumen akan produk rumah Batik Rolla

- c. Menyusun strategi penjualan
3. Koordinator Bagian Produksi
 - a. Menyiapkan semua bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi
 - b. Bertanggung jawab atas semua alat dan bahan yang disediakan
 - c. Mengawasi proses produksi
 - d. Membuat desain pengembangan produk
 - e. Memutuskan ketepatan pembuatan produk
4. Koordinator Bagian Administrasi
 - a. Mengurus seluruh transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan
 - b. Mengurus data atau arsip demi kelangsungan hidup perusahaan
 - c. Mencatat kegiatan akuntansi mulai pencatatan keuangan sampai membuat laporan perusahaan.
 - d. Bertanggung jawab atas kelancaran administrasi.

Dengan adanya pembagian tugas dan wewenang dalam suatu perusahaan maka usaha yang dijalankan akan berjalan sesuai dengan rencana yang telah dirancang sebelumnya. Karena setiap tugas yang sudah dibagi kedalam bagian memiliki tanggung jawab tersendiri, sehingga akan tercipta kedisiplinan dalam bekerja.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Sebelum Diterapkan Bauran promosi

Rumah Batik Rolla merupakan tempat usaha batik yang mengawali produksinya sejak tahun 2010 dengan jumlah produksi \pm 600 helai kain batik, yang dikerjakan oleh 19 orang karyawan. Dengan jumlah produksi sekian mampu terjual sebanyak 260 helai. Pemasaran kain batik ini dilakukan dengan cara memperkenalkan pada sejumlah karyawan dengan harapan karyawan mampu menyebarkan produksi batik tersebut. Tempat yang digunakan sebagai tempat *display* barang juga masih terlihat sedikit, sehingga masyarakat jarang mengetahui jika Rumah Batik Rolla

memproduksi kain batik. Selain itu pada tahun 2010 Rumah Batik Rolla belum mengikuti acara yang diadakan setiap tahun oleh kota Jember, sehingga jarang sekali masyarakat yang mengetahui alamat Rumah Batik Rolla.

Dengan melihat perkembangan selama tahun 2010 Ibu Iriane memiliki keinginan untuk melakukan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan pada tahun 2011. Dengan tujuan agar volume penjualan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Setelah menentukan strategi pemasaran diharapkan masyarakat mengetahui tempat usaha batik Rolla sehingga mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

4.2.2 Sesudah Diterapkan Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan salah satu alat yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla dalam memasarkan produknya. Dalam bauran promosi terdapat beberapa jenis kombinasi yang saling mempengaruhi pada jalannya pemasaran. Kegiatan pemasaran diarahkan untuk mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh dan total volume penjualan tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu. Kegiatan pemasaran ini menekankan pada pemberian pelayanan kepuasan kepada konsumen. Bauran promosi terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas. Namun, pada Rumah Batik Rolla bauran promosi tidak digunakan sepenuhnya akan tetapi hanya menggunakan periklanan dan promosi penjualan karena menyesuaikan dengan kondisi usaha.

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 mengklik 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 ditonjolkan 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% hal ini 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 oleh konsumen. *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.

Selanjutnya untuk bauran promosi yang terdiri dari penjualan pribadi dan publisitas tidak digunakan oleh Rumah Batik Rolla mengingat penjualan pribadi ini dilakukan secara bertatap muka langsung antara satu atau dua orang pembeli untuk meyakinkan produk yang dijual, dan pemasaran semacam ini dilakukan dengan mendatangi langsung dari rumah ke rumah konsumen untuk menawarkan barang

produksinya. Publisitas merupakan jenis promosi yang digunakan pada perusahaan pemerintah yang bersifat membentuk opini masyarakat, misalnya hanya mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu produk.

Berdasarkan alat promosi yang digunakan pada Rumah Batik Rolla pada tahun 2011, jumlah penjualan pada Rumah Batik Rolla mengalami peningkatan dibandingkan dengan sebelum diterapkannya bauran promosi. Peningkatan yang paling banyak terlihat pada semester ke II yang dikarenakan bertepatan dengan datangnya hari raya, tahun ajaran baru serta adanya *event* yang dilakukan oleh Jember yaitu JFC yang diadakan setiap tahun. Dengan meningkatnya jumlah volume penjualan setiap tahun dapat dikatakan bahwa bauran promosi yang diterapkan pada Rumah Batik Rolla mengalami peningkatan.

4.2.3 Bauran Promosi yang Digunakan

Bauran promosi yang diterapkan pada Rumah Batik Rolla tidak selalu dapat diterima secara langsung oleh masyarakat. Karena setiap orang memiliki pandangan masing-masing dalam menafsirkan alat promosi yang digunakan. Sehingga timbul tanggapan masyarakat yang bermacam-macam, ada yang menyukai alat promosi tersebut namun ada pula yang tidak menyukainya yang dikarenakan oleh beberapa alasan. Bauran promosi yang terdiri dari iklan dan promosi penjualan terbagai ke dalam beberapa bentuk media yang digunakan untuk memasarkan produk batik Rolla kepada masyarakat yang terdiri dari brosur, kartu nama, web atau blog, pameran atau bazaar *display* barang dan potongan penjualan.

Tabel 4.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Bauran Promosi

No.	Bauran Promosi	Bentuk Bauran Promosi	Tanggapan / Respon Konsumen
1.	Iklan	Brosur	Tampilan brosur yang digunakan oleh batik Rolla cukup menarik yang disertai dengan gambar batik.
		Kartu nama	Dengan menggunakan kartu nama mempermudah konsumen untuk mencari alamat batik Rolla
		Blog / web	Web yang disediakan sangat menarik dan bagus selain itu juga mempermudah pembeli untuk melakukan pembelian.
2.	Promosi Penjualan	Bazaar atau pameran Pameran	Bazaar atau pameran yang diikuti oleh Rumah Batik Rolla kurang efektif karena hanya sebagian orang yang mengetahui adanya batik Rolla.
		<i>Display</i> barang	Dengan memperlihatkan barang di tempat usaha mampu menarik minat konsumen melalui tampilan batik yang disusun rapi.
		Potongan penjualan	Pemberian potongan penjualan mampu membuat konsumen senang.

Berdasarkan bentuk bauran yang digunakan dalam memasarkan produk batik kepada konsumen, terdapat berbagai macam tanggapan yang disampaikan. Seperti pada media brosur, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti bahwa:

“brosur yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla cukup menarik karena pada brosur di sertakan adanya gambar batik dengan berbagai motif. Selain itu batik Rolla juga menerima pesanan kain yang dicantumkan pada brosur yang disertai dengan kontak yang bisa dihubungi.

Dengan adanya brosur tidak semua konsumen menerima dengan positif, ada pula konsumen yang menganggap bahwa penggunaan brosur tidak efektif. Dengan adanya beberapa tanggapan membuat pemilik usaha berinisiatif untuk membuat kartu nama sebagai pengganti brosur. Kartu nama yang digunakan bertujuan untuk memberikan petunjuk dari tempat usaha. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan konsumen bahwa:

“kartu nama yang digunakan dapat membantu untuk mencari alamat tempat usaha yaitu batik Rolla, dan bisa juga mengetahui alamat yang ada pada web karena pada kartu nama dicantumkan beberapa alamat yang meliputi, nomor telpon, email dan web sehingga tidak perlu susah payah datang langsung di tempat usaha, cukup dengan mengunjungi alamat online”(V, 26th)

Setelah mengunjungi alamat web yang sudah tercantum dalam kartu nama diharapkan konsumen berminat pada motif-motif yang disediakan karena pada web motif batik selalu di *update* sehingga setiap hari berganti motif. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan konsumen yang mengakses web batik Rolla bahwa:

“setelah saya melihat bentuk web batik Rolla menurut saya sangat bagus tampilannya, karena dilengkapi dengan gambar serta cara pemesanan sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian disamping itu juga disediakan nomor rekening yang digunakan untuk mentransfer uang untuk pembayaran”(RR, 20th)

Setelah menggunakan alat promosi yang berupa iklan pemilik Rolla menambahkan dengan alat promosi penjualan yaitu dengan cara melakukan *display* barang. Dengan adanya *display* barang konsumen menyukai pada susunan produk batik karena terdapat berbagai motif yang menarik. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen melalui wawancara bahwa:

“ketika saya melihat langsung di tempat usaha saya mengamati motif-motif batik yang dihasilkan sangat menarik dan tersedia berbagai macam harga, mulai dari yang paling murah hingga jutaan begitu juga

dengan gambar batik yang terdapat di web sangat bagus, hal ini yang membuat saya untuk datang langsung ditepat usaha” (NA,37Th)”.

Dengan melihat produk batik Rolla yang ditampilkan melalui sosial media akan membuat masyarakat memiliki rasa ingin tahu langsung pada batik yang terdapat di web, sehingga ada pula yang menginginkan untuk datang ke tempat produksi untuk melihat variasi batik yang ditawarkan pada Rumah Batik Rolla. Namun setelah melihat produk ke tempat produksi (*display*), terdapat berbagai macam tanggapan terhadap batik tersebut. Ada yang menilai bahwa batik tersebut terlalu mahal dan ada pula yang menilai bahwa harga yang di brandrol sudah sesuai dengan kualitas yang dihasilkan oleh Rumah Batik Rolla. Hal ini diperkuat dengan adanya wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen yang membeli batik:

“batik yang terdapat di Rumah Batik Rolla terkesan terlalu mahal, padahal untuk kain yang digunakan hampir sama dengan batik-batik yang sederhana, ketika saya memasuki ruangan batik, harganya di bandrol mulai Rp. 110.000,00 an hingga jutaan, saya rasa tidak pas dengan kantong saya (F,38Th)”.

Setiap alat yang digunakan untuk memasarkan produk yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla memiliki tanggapan tersendiri di mata masyarakat, jika pada promosi penjualan kali ini adanya pemberian potongan penjualan mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan seseorang yang ditemui disekitar wilayah produksi batik dan seseorang yang pernah melakukan pembelian dan mendapat potongan harga:

“dengan adanya potongan penjualan mampu membuat konsumen senang melakukan pembelian karena harganya juga mengalami pengurangan (NA, 37Th)”.

Alat promosi penjualan yang berikutnya yaitu melalui pameran atau bazaar yang diselenggarakan oleh pemerintah kota baik di luar kota maupun di Jember. Salah satunya pada acara Jember yang diadakan setiap tahun yang diikuti oleh batik

Rolla. Dengan adanya pameran terdapat tanggapan konsumen bahwa pameran yang dilakukan dapat menarik minat konsumen untuk melihat produk batik dengan cara mendatangi stand nya langsung. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa:

“adanya pameran membuat saya tertarik untuk mendatangi langsung stand penjualan karena ingin mengamati motif yang ditampilkan karena saya melihat terdapat berbagai motif yang disediakan cukup menarik” (I,28th).

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh masyarakat bauran promosi yang dilakukan adalah hanya untuk meningkatkan volume penjualan, jadi ketika terdapat berbagai macam komentar, harus bisa menerima karena setiap orang memiliki penilaian dan tanggapan masing-masing.

4.2.4 Volume penjualan

Volume penjualan merupakan keseluruhan hasil produksi yang berhasil dipasarkan oleh perusahaan dalam waktu tertentu. Volume penjualan yang digunakan oleh peneliti yaitu volume penjualan per semester selama 5 tahun dari tahun 2010-2014. Volume penjualan akan dijelaskan secara lebih rinci pada tabel berikut dibawah ini:

Tabel 4.3 Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Per Semester Tahun 2010-2014

Tahun	Per Semester	Volume Penjualan	Kenaikan/ Penurunan	Persentase 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

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember sebelum menggunakan bauran promosi dan sesudah menggunakan bauran promosi terlihat mengalami peningkatan dalam per semester selama 5 tahun yaitu tahun 2010-2014. Dapat dilihat pada tahun 2010 sebelum usaha ini menggunakan bauran promosi jumlah volume penjualan masih sedikit, hal ini dikarenakan belum adanya masyarakat yang mengetahui usaha batik di wilayah Jember sehingga minat untuk membeli pun juga masih sedikit. Dapat dilihat pada tabel bahwa volume penjualan paling sedikit pada tahun 2010 semester II pada tahun ini perusahaan belum menerapkan adanya bauran promosi sehingga jumlah penjualan terlihat masih sedikit yaitu sebanyak 140 unit. Pada tahun 2011 semester I terlihat bahwa volume penjualan mengalami peningkatan meskipun tidak langsung meningkat tajam akan tetapi mampu menjual sebanyak 200 unit lebih banyak dari penjualan sebelumnya. Hal ini dikarenakan Rumah Batik Rolla mulai menerapkan bauran promosinya sehingga pada tahun 2010 menuju 2011 merupakan masa transisi penerapan bauran promosi atau pengenalan produk batik kepada masyarakat. Kebanyakan konsumen yang membeli produk batik ini dilakukan pada saat tahun ajaran baru untuk keperluan seragam sekolah, biasanya dilakukan oleh pihak sekolah

yang menginginkan seragam untuk guru-guru, selain itu batik ini juga diminati oleh karyawan dinas yang bekerja di wilayah Jember untuk dijadikan seragam dinas. Hal ini terlihat pada tahun 2012-2013 semester II jumlah volume penjualan meningkat, pada semester II tersebut mengalami peningkatan yang disebabkan datangnya Hari raya sehingga banyak masyarakat yang membutuhkan pakaian yang dijadikan untuk bersilaturahmi. Sedangkan pada semester I volume penjualan terlihat menurun seperti yang terlihat pada tabel 4.3 karena diakibatkan menurunnya minat konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu pada semester I terutama pada bulan Januari sampai bulan April semua kebutuhan masyarakat meningkat, sehingga hanya sedikit yang melakukan pembelian.

4.2.5 Analisis Trend

Peneliti memasukkan data ke dalam garis *trend*, sehingga dapat dilihat perkembangan volume penjualan dari Rumah Batik Rolla Jember per semester selama 5 tahun yaitu pada tahun 2010-2014. Peneliti menggunakan volume penjualan tahun 2010-2014 dan sebagai tahun pembanding adalah tahun 2010.

Tabel 4.4 Linier Indeks Angka Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Per Semester Tahun 2010-2014

Tahun	Per Semester	Jumlah (Y)	Periode Waktu (X)	XY	X ²	Trend
2010	I	120 unit	-9	-1080	81	91,4
	II	140 unit	-7	-980	49	160,4
2011	I	200 unit	-5	-1000	25	229,4
	II	360 unit	-3	-1080	9	298,4
2012	I	320 unit	-1	-320	1	367,4
	II	490 unit	1	490	1	436,4
2013	I	389 unit	3	1167	9	505,4
	II	700 unit	5	3500	25	574,4
2014	I	500 unit	7	3500	49	643,4
	II	800 unit	9	7200	81	712,4
Jumlah		4019 unit		11397	330	

Sumber: data yang telah diolah

Konstanta Persamaan Linier

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{4019}{10} = 401,9 \text{ unit}$$

Slope Persamaan Linear

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{11397}{330} = 34,5 \text{ unit}$$

Persamaan garis trend: $Y = a + bX$

$$Y = 401,9 \text{ unit} + 34,5 \text{ unit } X$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-9) = 91,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-7) = 160,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-5) = 229,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-3) = 298,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-1) = 367,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (1) = 436,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (3) = 505,4$$

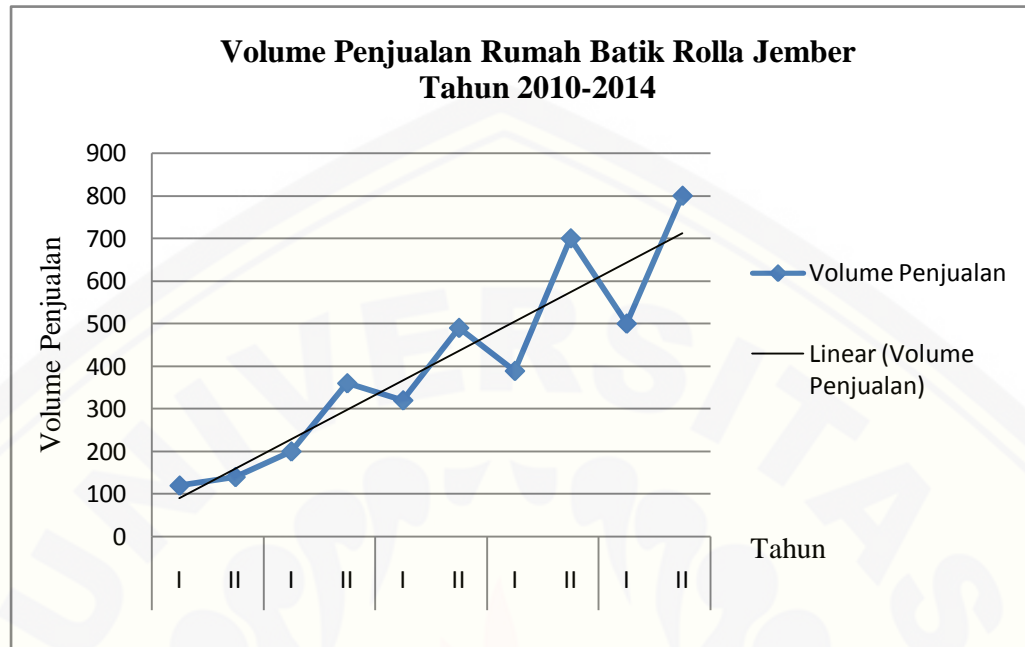
$$Y = 401,9 + 34,5 (5) = 574,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (7) = 643,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (9) = 712,4$$

Tabel diatas menunjukkan garis *trend* volume penjualan pada Rumah Batik Rolla Jember per semester dari tahun 2010-2014 dengan tahun pembanding 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 4.5 *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. Meskipun menggunakan bauran promosi akan tetapi setiap tahunnya juga mengalami penurunan, hal ini diakibatkan karena adanya penjual batik lain yang dijadikan sebagai pesaing, dan banyaknya kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehingga jarang sekali masyarakat yang membeli batik terutama pada semester I yang menyebabkan jumlah penjualan menurun. 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 tahunnya. Jumlah volume penjualan pada tahun 2010 semester I sebesar 120 dengan nilai trend penjualan sebesar 91,4 sehingga garis trend penjualan berada di bawah garis volume penjualan. Pada

semester II volume penjualan mengalami peningkatan sebesar 140 unit dengan nilai trend penjualan mencapai 160,4. Pada tahun 2011 semester I jumlah volume penjualan mencapai 200 unit dengan garis trend mencapai 229,4. Pada semester II volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 360 unit dengan trend volume penjualan mencapai 298,4. Pada tahun 2012 semester I kembali mengalami penurunan mencapai 320 unit dengan trend volume penjualan mencapai 367,4. Pada semester II jumlah volume penjualan mengalami peningkatan dengan trend mencapai 436,4. Pada tahun 2013 semester I volume penjualan mengalami penurunan sebesar 389 dengan trend penjualan mencapai 505,4. Pada semester II volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 700 unit dengan trend penjualan mencapai 574,4. Pada tahun 2014 semester I kembali mengalami penurunan sebesar 500 unit dengan trend penjualan mencapai 643,4. Pada semester II volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 800 unit dengan trend penjualan mencapai 712,4.

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa garis a sebagai konstanta dengan nilai sebesar 401,9. Slope kemiringannya atau nilai b mencapai 34,5. Dan garis Y berada pada titik 436,4 sehingga dapat diperoleh persamaan garis trend nya adalah $Y = 401,9 + 35,5 X$. Hal ini menunjukkan bahwa volume penjualan yang maksimum. Jadi ketika volume penjualan yang dihasilkan melebihi nilai Y maka volume penjualan yang dihasilkan meningkat secara optimal. Garis lurus a dan b diperoleh dengan cara mengikuti garis volume penjualan Rumah Batik Rolla per semester dari tahun 2010-2014. Garis a dan b diperoleh dengan menggunakan persamaan linier, dalam persamaan linier terlebih dahulu menentukan nilai a dan b atau slope persamaan linier dan konstanta persamaan linier. Garis a dan b ini yang nantinya menunjukkan trend volume penjualan batik per semester tahun 2010-2014 yang dihasilkan oleh Rumah Batik Rolla Jember.

4.3 Pembahasan

4.3.1 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.

4.3.2 Setelah Diterapkan Bauran Promosi

1) 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:

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. 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 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 sehingga untuk selanjutnya cukup menggunakan kartu nama.

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.

2) Promosi Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Rumah Batik Rolla promosi penjualan yang digunakan meliputi pameran, bazaar dan pemberian potongan harga 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 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.

4.3.3 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.

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 memerlukan, 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. Selain itu pada bulan Januari –April sebagian instansi melakukan tutup buku sehingga menghambat terjadinya pembelian.

4.3.4 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 *ternd*. 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 persentase perkembangan terlihat mengalami penurunan yaitu sebesar 17% hal ini dikarenakan belum diterapkannya bauran promosi pada Rumah Batik Rolla sehingga tidak banyak masyarakat mengetahui mengenai 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. Memasuki semester ke II volume penjualan mengalami peningkatan yang cukup banyak yaitu sebesar 80% yang disebabkan banyaknya permintaan batik oleh konsumen karena pada semester II ini bertepatan dengan datangnya Hari Raya sehingga banyak konsumen yang mendatangi lokasi penjualan untuk melakukan pembelian.

Selain itu pada semester II terdapat acara yang diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten Jember yaitu JFC dan bazaar yang mengikutsertakan produk batik Rolla untuk berpartisipasi pada acara tersebut. Selanjutnya pada tahun 2012 semester I tampaknya peminat batik Rolla mulai menurun seperti yang terlihat pada tabel diatas penurunan menunjukkan pada persentase 11% hal ini dikarenakan bagi sebagian orang menganggap bahwa batik tidak begitu sering untuk digunakan sehingga terdapat beberapa konsumen yang memilih untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

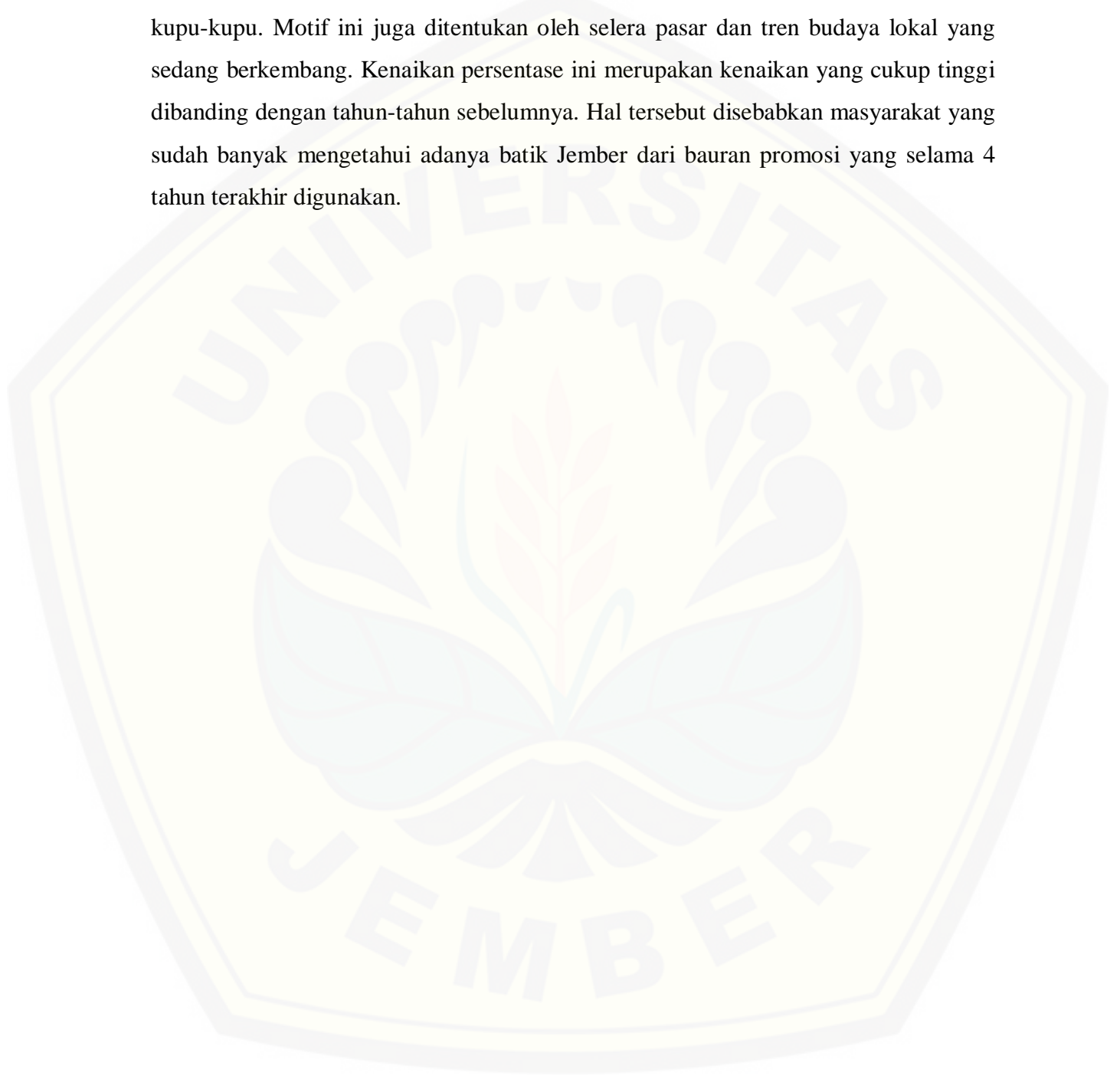
Dengan semakin banyaknya pembeli yang mulai tertarik pada produk batik membuat Rumah Batik Rolla menciptakan karya-karya baru dengan motif yang lebih menarik sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen. Seperti yang

dikemukakan oleh Nabhan dan Kresnaini (2005:72) bahwa jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk, dan produk tersebut mampu memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan membeli produk tersebut secara terus menerus. Disamping itu Rumah Batik Rolla juga menerima pemesanan batik dengan motif sesuai keinginan, hal ini akan mampu menambah volume penjualan produk batik.

Tahun 2012 semester II, volume penjualan batik mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 53% kenaikan tersebut dikarenakan adanya pesanan dari luar kota atau rekan-rekan dinas dari Ibu Iriane. Meskipun pada semester I jarang sekali terdapat peminat batik sehingga terkadang persentase cenderung menurun. Karena pada semester I biasanya masyarakat tidak melakukan kegiatan konsumsi mereka lebih memilih menabung untuk keperluan hari raya. Pada tahun 2013 semester I Rumah Batik Rolla kembali mengalami penurunan penjualan yang dikarenakan sedikitnya peminat batik persentase sebesar 20%. Setelah memasuki semester ke II pada tahun 2013 persentase penjualan kembali mengalami kenaikan sebesar 80% hal tersebut dikarenakan bertepatan dengan hari raya yang disambut dengan berbelanja salah satunya untuk membeli pakaian. Selain itu adanya permintaan melalui media *online* yang sudah disediakan oleh Rumah Batik Rolla dan banyaknya produk batik yang terjual saat mengikuti acara bazaar.

Pada tahun 2014 semester I terlihat jumlah volume penjualan mengalami penurunan drastis dari 80% menuju (29%) hal ini disebabkan karena kebanyakan masyarakat lebih memilih mengutamakan kebutuhan rumah tangga dari pada mengkonsumsi pakaian. Selain itu adanya pesaing batik lain yang berada di Desa Sumber Jambe sehingga mengakibatkan penurunan permintaan. Menuju pada semester II jumlah permintaan kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 60% selain dikarenakan datangnya hari raya batik Rolla selalu mendapat pesanan dari acara yang selalu diadakan oleh kota Jember dengan selalu mengikutsertakan pada acara JFC yang dilaksanakan setiap tahun. Sehingga batik dari Rolla ini nantinya akan digunakan oleh peserta selain itu juga bertujuan untuk mengenalkan batik Jember kepada wisatawan lokal maupun mancanegara khususnya dengan motif

tembakau yang merupakan salah satu potensi sumber daya alam Jember. Selain itu juga terdapat motif lain yang digunakan seperti kakao, buah naga, kopi, bambu, dan kupu-kupu. Motif ini juga ditentukan oleh selera pasar dan tren budaya lokal yang sedang berkembang. Kenaikan persentase ini merupakan kenaikan yang cukup tinggi dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal tersebut disebabkan masyarakat yang sudah banyak mengetahui adanya batik Jember dari bauran promosi yang selama 4 tahun terakhir digunakan.



BAB 5. PENUTUP

5.1 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 bisa dilihat oleh masyarakat maupun turis mancanegara yang berkunjung untuk menyaksikan acara ini sehingga batik Jember mampu dikenal hingga ke Luar negeri. 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.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam penelitian, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Pemilik Rumah Batik Rolla Jember hendaknya menambah jumlah barang produksi untuk meningkatkan volume penjualan, karena sudah semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan batik Jember ini.
2. Sebaiknya Rumah Batik Rolla menambah jumlah karyawan agar produk yang dihasilkan mampu memenuhi permintaan pasar.
3. Pemilik Rumah Batik Rolla hendaknya selalu meng-*update* barang yang ditawarkan melalui *online* agar konsumen selalu melihat barang terbaru.

DAFTAR BACAAN

Buku

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Terjemahan fandy tjiptono. Edisi pertama vetakan pertama. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Assauri, sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*; Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Bilson, Simamora. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Cummins, Julian & Mullin Roddy, 2004. *SALES PROMOTION*. Cetakan I . Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Daryanto. 2013. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*; Yogyakarta, BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2014. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Statistik Deskriptif Untuk Ekonomi*. Bandung. CV Yrama Widya.
- Swastha dan irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tandjung, Widjaja Jenu. 2004. *Marketing Manajemen Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Surabaya. Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Learning.

Referensi Skripsi

Siska Nindia. 2005. “Implementasi Bauran Promosi Sebagai Salat Satu Cara Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Columbindo Perdana Sub Cabang Jember”. Tidak Diterbitkan. Skripsi Jember. Program Sarjana Universitas Jember.

Moh. Yusuf Efendi. 2008. “Implementasi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Taurus Motor Nganjuk”. Tidak Diterbitkan. Skripsi Jember. Program Sarjana Universitas Jember.

Internet

Siswanti. 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Industri batik di Kawasan Sentra Batik Laweyan Solo.
<http://digilib.unnes.ac.id/gsd/collect/skripsi/index/assoc/HASH01f1/88b527d3.dir/doc.pdf> (Senin, 11 Mei 2015)

LAMPIRAN A

Judul	Permasalahan	Varisbel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
<p>Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla di Jember dalam Meningkatkan Volume Penjualan</p>	<p>1. Bagaimanakah peningkatan volume penjualan sebelum adanya bauran promosi dan setelah adanya bauran promosi</p>	<p>Bauran promosi</p>	<p>a. Periklanan b. Promosi penjualan</p>	<p>a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi awal dari subjek penelitian b. Data sekunder, yaitu data yang dapat melengkapi hasil penelitian yang diperoleh dari Rumah Batik Rolla Jember.</p>	<p>a. Metode Penelitian: penelitian deskriptif kualitatif b. Tempat penelitian: dilaksanakan di Rumah Batik rolla Jember dengan menggunakan metode <i>purposive area</i> c. Metode subjek dan informan penelitian: <i>purposive</i> d. Sumber data: Data primer dan data sekunder e. Metode pengumpulan data: wawancara mendalam, observasi dan dokumen. f. Analisis data: Analisis <i>trend</i> Bentuk umum persamaan garis <i>ternd linier</i> (Hasam,2008) adalah: $Y = a + bX$ Keterangan: Y = data berkala atau nilai <i>trend</i> untuk setiap periode tertentu X = periode waktu tertentu (hari, minggu, bulan, tahun)</p>

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

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Usaha yang dijalankan oleh Rumah Batik Rolla yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan.	Informan penelitian yaitu pemilik Rumah Batik Rolla di Jember.

2. Wawancara Mendalam

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Bauran promosi yang dilakukan oleh Rumah batik Rolla Jember dalam meningkatkan volume penjualan.	Subjek penelitian yaitu pemilik Rumah Batik Rolla Jember.

3. Dokumen

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Sejarah berdirinya Rumah Batik Rolla Jember.	Data dari Rumah Batik Rolla Jember.
2.	Data mengenai aneka jenis produk yang dihasilkan.	
3.	Kegiatan usaha yang dilakukan Rumah Batik Rolla dalam pembuatan batik.	

LAMPIRAN C**PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman Wawancara Secara Mendalam untuk Mengetahui Bauran Promosi
yang Digunakan Oleh Rumah Batik Rolla Jember
Pedoman Wawancara Informan Penelitian

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

**II. Bauran promosi Pada Rumah Batik Rolla di Jember Dalam Menarik Minat
Konsumen.****A. Sejarah Rumah Batik Rolla Jember**

1. Pada tahun berapa usaha batik ini didirikan?
2. Berapa jumlah karyawan pertama kali dimiliki?
3. Berapa jumlah produksi pertama kali?
4. Apakah karyawan yang dimiliki Rumah Batik Rolla mampu membuat?
5. Berasal dari mana saja bahan baku yang dijadikan batik?
6. Berasal dari mana saja karyawan yang dipekerjakan?

B. Kegiatan Promosi Awal

1. Bagaimana pertama kali mengenalkan batik pada masyarakat Jember?
2. Keunikan batik apa saja yang diperlihatkan pada konsumen?
3. Apakah Ibu memiliki keinginan untuk terus menambah jumlah karyawan?
4. Dalam 1 tahun Ibu mampu menghasilkan berapa helai batik?
5. Apakah motif yang di jual selalu sama?

6. Apakah Ibu memiliki keinginan untuk meingkatkan jumlah produksi per tahun?
7. Dengan menambah jumlah produksi pertahun, apakah Ibu memiliki keinginan untuk menggunakan bauran promosi agar produk batik ini dikenal oleh masyarakat?
8. Pada tahun berapa bauran promosi diterapkan? Apakah terjadi peningkatan volume penjualan?
9. Bauran promosi seperti apa yang digunakan dalam melakukan pemasaran?
10. Berasal dari mana saja konsumen yang melakukan pembelian batik?
11. Apakah dengan menyediakan web terdapat konsumen yang memesan batik?
12. Wilayah mana saja yang dijadikan sebagai tempat pemasaran batik?
13. Bagaimana cara melayani minat konsumen yang berbeda?
14. Apakah harga yang di tetapkan disesuaikan dengan daya beli masyarakat?

C. Volume Produksi

1. Berapa helai produk yang dihasilkan ketika pertama kali didirikan batik Rolla?
2. Apakah setiap tahun nya terjadi peningkatan volume penjualan setelah diterapkannya bauran promosi?
3. Berapa kisaran harga 1 helai batik, baik yang sudah dibentuk maupun berupa kain?

D. Pemasaran

1. Kendala apa saja yang dihadapi oleh Rumah Batik rolla dalam melakukan promosi?
2. Apakah Rumah Batik rolla sering mengikuti *event* yang diadakan pemerintah dalam melakukan pemasaran?

3. Apakah Rumah Batik rolla menggunakan media *online* dalam pemesanan produk batik?
- 4.

E. Bauran Promosi (Periklanan dan Promosi Penjualan)

1. Periklanan

- a) Pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla menggunakan iklan apa saja?
- b) Apakah dengan menggunakan iklan mampu menarik minat pembeli?
- c) Apakah terdapat perbedaan volume produksi sebelum menggunakan bauran promosi dan sesudah menggunakan bauran promosi?

2. Promosi Penjualan

- a) Apa saja bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla dalam memasarkan produknya?
- b) Apakah pemasaran semacam ini mampu menarik minat konsumen sehingga timbul pembelian?

3. Produk

- a) Apakah ada ciri khusus yang membedakan produk batik Rumah Batik rolla dengan produk batik daerah lain?
- b) Bahan kain seperti apa yang digunakan oleh Rumah Batik rolla untuk membatik?
- c) Bentuk batik seperti apa yang paling diminati konsumen?
- d) Bagaimana cara memperkenalkan produk batik pada daerah lain?

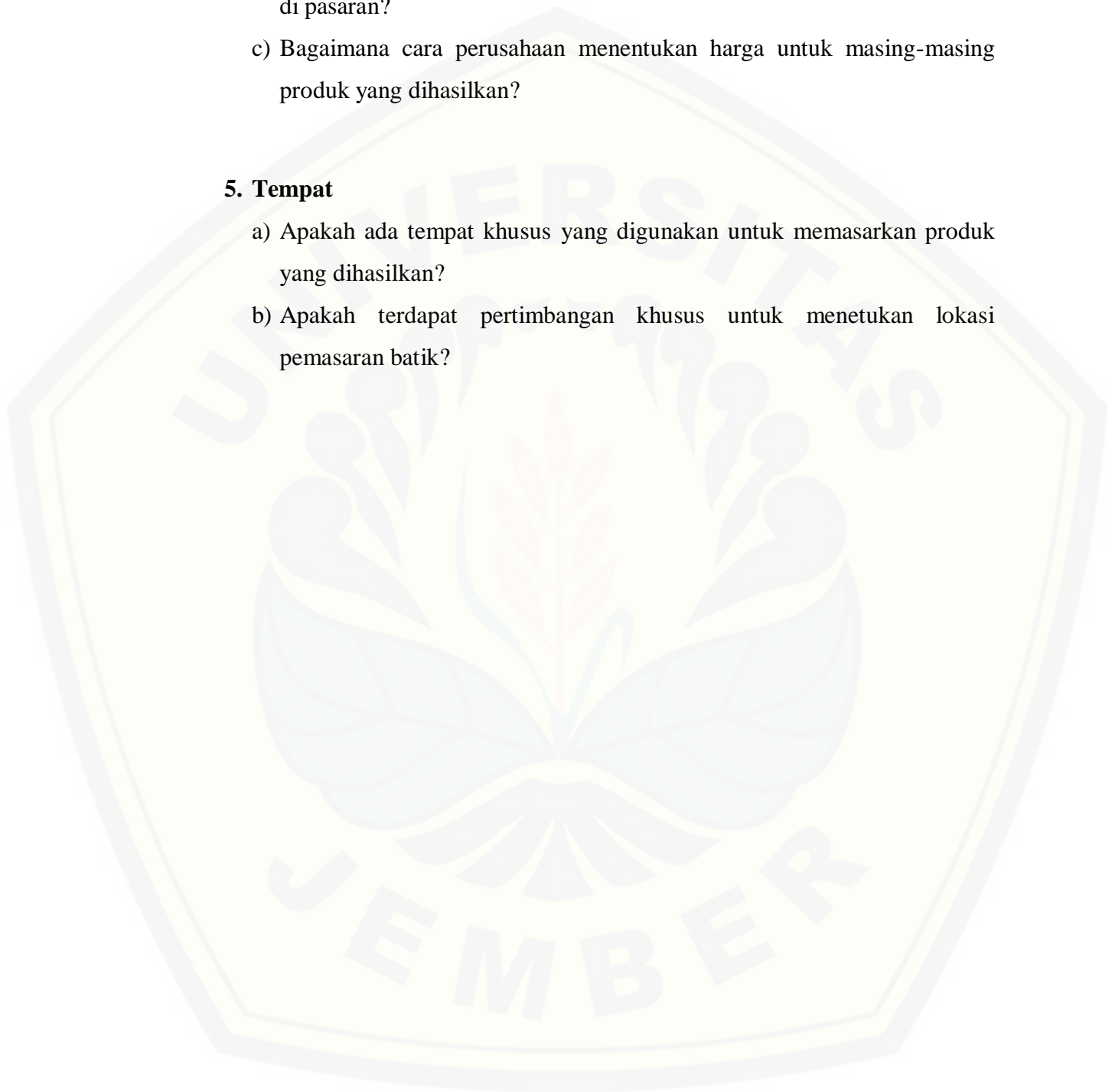
4. Harga

- a) Berapa kisaran harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?

- b) Apakah dalam penetapan harga Rumah Batik rolla menyesuaikan harga di pasaran?
- c) Bagaimana cara perusahaan menentukan harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan?

5. Tempat

- a) Apakah ada tempat khusus yang digunakan untuk memasarkan produk yang dihasilkan?
- b) Apakah terdapat pertimbangan khusus untuk menentukan lokasi pemasaran batik?



LAMPIRAN D**TRANSKRIP WAWANCARA****A. Pemilik Rumah Batik Rolla Jember**

Identitas Informan Utama

Nama : Iriane Chm.

Umur : 48 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : S1 Ekonomi

Jabatan Subjek : Pimpinan

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Pemilik Rumah Batik Rolla Jember.

Peneliti : Assalamu'alaikum bu, maaf mengganggu

Narasumber : *Walaikumsalam, iya mbak silahkan masuk, ada perlu apa?*

Peneliti : Iya bu terimakasih, begini bu, saya dari mahasiswa Universitas Jember yang kemarin menaruh surat penelitian di tempat usaha ibu untuk keperluan skripsi, maksud kedatangan saya disini untuk menindaklanjuti surat penelitian tersebut.

Narasumber : *Judulnya tentang apa mbak?*

Peneliti : Mengenai Bauran Promosi yang diterapkan di tempat usaha ibu dan kaitannya dengan volume penjualan, bagaimana bu, apakah ibu bersedia memberikan informasi yang saya butuhkan?

Narasumber : *Iya mbak, boleh.*

Peneliti : Usaha Ibu ini didirikan pada tahun berapa bu?

Narasumber : *Pada tahun 2010 tepatnya pada tanggal 26 februari*

Peneliti : Awal didirikannya usaha ini berapa unit produk yang dihasilkan?

Narasumber : *Pertama kali batik Rolla ini berdiri, kami hanya memproduksi 10 helai kain batik, untuk dijadikan sebagai perkenalan kepada masyarakat.*

- Peneliti : Dari jumlah produksi yang dihasilkan tadi 10 unit batik apakah pada saat itu jumlah produksi langsung terjual semua?
- Narasumber : *Tidak semua, karena disini batik yang saya produksi sifatnya masih baru dan saya masih memperkenalkan pada masyarakat sekitar sekaligus rekan kerja saya di dinas koperasi. Jadi yang terjual hanya 6 helai dan sisanya saya jadikan sebagai stok toko.*
- Peneliti : Berapakah jumlah karyawan pada saat itu bu?
- Narasumber : *Pada saat itu saya hanya merekrut 10 karyawan saja untuk dijadikan sebagai karyawan pertama.*
- Peneliti : Berasal dari mana karyawan tersebut?
- Narasumber : *Kebetulan suami saya di sini menghandel Lembaga Keuangan Mikro Masyarakat yang didalamnya terdapat anggota masyarakat sekitar rumah usaha yang kebanyakan terdiri dari perempuan, nah dari situ saya terobsesi untuk memberdayakan anggota LKMM untuk dijadikan sebagai karyawan pada Rumah Batik Rolla.*
- Peneliti : Apakah mereka yang dijadikan karyawan memahami dunia batik?
- Narasumber : *Tentu saja tidak, jadi disini saya setelah merekrut 10 karyawan, saya mendatangkan langsung tutorial batik dari Jawa Tengah sebanyak 2 orang untuk melakukan training selama 1 bulan.*
- Peneliti : Berasal dari mana alat yang digunakan untuk membatik?
- Narasumber : *Untuk alatnya saya mendatangkan langsung dari Jawa Tengah, karena di wilayah Jember tidak ada yang jualan alat batik adanya hanya di Malang, itupun kualitas alatnya berbeda jauh dengan yang di Jawa Tengah. Lebih bagus yang di Jawa Tengah.*
- Peneliti : Bahan kain seperti apa yang digunakan oleh Rumah Batik rolla untuk membatik?
- Narasumber : *Kami menggunakan bahan yang sudah dipilih untuk dijadikan sebagai batik yang didatangkan langsung dari Jawa Tengah, bahan*

yang paling bagus kami memilih sutera sebagai kain terbaik dan kain tenun.

Peneliti : Bagaimana cara Ibu memasarkan batik? Apakah menggunakan alat pemasaran? Misalnya promosi yang sengaja dilakukan?

Narasumber : *Tidak, saya tidak menggunakan alat promosi apapun hanya saja pemasaran dilakukan dalam lingkup tempat usaha.*

Peneliti : Apakah pada tahap selanjutnya ibu ingin menambah jumlah karyawan untuk memproduksi batik lebih banyak?

Narasumber : *Tentu saja iya, setelah 10 unit batik saya hasilkan tentu saya ingin menambah hingga ribuan unit, karena saya menginginkan lingkungan sekitar usaha menjadi Kampung Batik.*

Peneliti : Lalu selama 1 tahun setelah didirikannya usaha ini, ibu mampu menghasilkan berapa batik?

Narasumber : *Ya kalau selama tahun 2010 ini saya mampu menghasilkan sebanyak 600 helai kain batik.*

Peneliti : Apakah laku semua bu?

Narasumber : *Tidak semua laku hanya laku berkisar 280an itu dan sisanya dikembalikan lagi ke toko untuk dijadikan sebagai stok toko.*

Peneliti : Setelah ibu mampu memproduksi sebanyak 600 helai, apakah ibu memiliki keinginan untuk menambah jumlah produksi yang lebih banyak lagi?

Narasumber : *Tentu saja iya,*

Peneliti : Dengan dihasilkannya batik ini apakah semua motifnya sama?

Narasumber : *Tidak sama, disini untuk pemberian ide motif dilakukan saya sendiri sehingga saya memberikan motif batik setiap harinya berbeda disesuaikan dengan potensi sumber daya alam yang ada dijember jadi saya menggunakan tema one design one product, dan juga tidak ketinggalan batik khas jembernya yaitu dengan motif tembakau.*

- Peneliti : Dengan menambah jumlah produksi pada tahun berikutnya apakah ibu memiliki keinginan untuk menggunakan bauran promosi agar produk batik ini dikenal oleh masyarakat?
- Narasumber : *Iya, saya memiliki keinginan untuk menggunakan alat pemasaran salah satunya dengan iklan dan promosi penjualan agar batik Rolla dikenal oleh kalangan masyarakat baik yang jauh dari tempat usaha kami maupun yang terdekat.*
- Peneliti : Lalu, pada tahun berapa mulai diterapkannya bauran promosi?
- Narasumber : *Pada tahun 2011.*
- Peneliti : Pada tahun 2011 dengan diterapkannya bauran promosi apakah terjadi peningkatan volume penjualan?
- Narasumber : *Tentu saja iya, pada tahun 2011 ini terjadi adanya peningkatan dengan jumlah produksi sebanyak 700 mampu menjual hingga 574 helai kain hal ini menunjukkan bahwa penerapan iklan dan promosi penjualan dapat dikatakan berhasil.*
- Peneliti : Bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Rumah Batik Rolla?
- Narasumber : *Bauran promosi yang saya gunakan meliputi periklanan yang terdiri (brosur atau kartu nama, melalui televisi, radio dan pembuatan web) serta promosi penjualan yang meliputi (pameran atau bazaar, display barang dan potongan penjualan).*
- Peneliti : Apakah dengan menggunakan iklan dan promosi penjualan dalam memasarkan produk batik mampu menarik minat konsumen?
- Narasumber : *Ya. Karena dengan menggunakan iklan akan menciptakan rasa ingin tahu serta tertarik untuk melihat produk batik.*
- Peneliti : Setelah diterapkannya bauran promosi, wilayah mana saja yang dijadikan tempat pemasaran batik?
- Narasumber : *Sampai saat ini masih di wilayah Jember, Lumajang, Malang, Bandung dan Jakarta.*

- Peneliti : Apakah terdapat pertimbangan khusus untuk menentukan lokasi penjualan?
- Narasumber : *Tentu saja iya mbak, karena lokasi penjualan sangat menentukan jumlah produksi yang mampu terjual sehingga saya memilih tempat yang strategis yang bisa di jangkau oleh masyarakat.*
- Peneliti : Apakah terdapat perbedaan volume produksi sebelum menggunakan bauran promosi dan sesudah menggunakan bauran promosi?
- Narasumber : *Tentu saja ya.*
- Peneliti : Apakah Rumah Batik Rolla sering mengikuti *event* yang diadakan pemerintah dalam melakukan pemasaran?
- Narasumber : *Ya. Saya selalu mengikutsertakan dalam acara pemerintah biasanya diadakan setiap tahun di Jember yang digelar di alun-alun. Acara ini dapat dijadikan untuk menambah jumlah penjualan karena ketika dilakukan bazaar banyak sekali pengunjung yang ingin mengetahui produk kami.*
- Peneliti : Bentuk batik seperti apa yang paling diminati oleh konsumen?
- Narasumber : *Biasanya paling banyak permintaan konsumen batik khas Jember yaitu dengan motif tembakau.*
- Peneliti : Berapa kisaran harga 1 helai batik?
- Narasumber : *Kalau untuk kisaran harga ya relative mbak, kami sesuaikan dengan permintaan pasar. Jika untuk kalangan menengah ke bawah saya bandrol Rp. 85.000,00 dengan kualitas biasa yaitu batik cap. Kalau untuk kalangan menengah keatas dengan kualitas sesuai harga biasanya mulai dari harga Rp.110.000 sampai jutaan.*
- Peneliti : Apakah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan daya beli masyarakat?
- Narasumber : *Tentu saja mbak, kami memproduksi batik disesuaikan dengan daya beli masyarakat, karena setiap orang memiliki pendapatan berbeda sekaligus kami berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat.*

- Peneliti : Kendala apa saja yang dihadapi oleh Rumah Batik rolla dalam melakukan promosi?
- Narasumber : *Kalau kendala biasanya terletak pada msyarakatnya yang kurang bisa menerima produk kami jika kami menetapkan harga sekian.*
- Peneliti : Bagaimana jika terdapat konsumen yang memiliki selera berbeda?
- Narasumber : *Jika terdapat konsumen yang memiliki selera berbeda ya kami memberi inisiatif untuk menawarkan pemesanan, agar keinginannya bisa kami penuhi semua.*
- Peneliti : Berasal dari mana saja konsumen yang membeli batik Rolla?
- Narasumber : *Konsumen yang membeli batik kami berasal dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan menengah hingga kalangan atas. Dan asal dari konsumen bermacam-macam, ada yang dari luar kota, maupun daerah sekitar tempat usaha.*
- Peneliti : Dalam melakukan kegiatan promosi Batik Rolla juga menyediakan web untuk konsumen yang berada jauh dari tempat usaha, apakah itu sering mendapat pesanan dari media sosial online?
- Narasumber : *Ya, saya sering mendapat pesanan dari media sosial online yang sudah kami sediakan, biasanya dari kota Malang, Lumajang, Jakarta, Bandung dan lainnya.*
- Peneliti : Seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2012 apakah tetap terjadi adanya kenaikan jumlah penjualan?
- Narasumber : *Pada tahun 2012 khususnya pada bulan 1 sampai 4 usaha kami agak sepi, hal ini dikarenakan sebagian masyarakat menganggap lebih penting untuk memenuhi kebutuhan keluarga daripada membeli pakaian. Selain itu pada semester I biasanya terjadi penutupan buku sehingga transaksi perusahaan dimulai yang baru.*
- Peneliti : Jika pada semester I masyarakat sedikit sekali melakukan pembelian, lalu bagaimana jika pada semester II?

Narasumber : Jika pada semester II jumlah volume penjualan malah mengalami peningkatan, hal ini dikarenakan bertepatan dengan datangnya bulan suci Ramadhan dan tahun ajaran baru, sehingga membutuhkan adanya seragam untuk sekolah. Dan biasanya kebanyakan masyarakat membeli baju untuk dijadikan sebagai tradisi berbelanja hari raya. Selain itu batik Rolla juga mengikutsertakan pada event yang diadakan oleh kota Jember yaitu JFC (Jember Fashion Carnival) sehingga permintaan akan batik bertambah banyak karena peserta JFC yang menggunakan batik kami. Setiap kali ada acara JFC ini kami sudah menjadi langganan setiap tahun sehingga pada semester II tahun-tahun berikutnya kami selalu mengalami peningkatan penjualan. Seperti pada tahun 2013 jumlah penjualan usaha saya mencapai 1324 helai dan pada tahun 2014 mampu mencapai hingga 1687 helai.

Peneliti : Jadi setelah menggunakan bauran promosi atau iklan dan promosi penjualan, jumlah volume penjualan batik Ibu meningkat?

Narasumber : Iya

Peneliti : Baik bu kalau begitu, saya rasa data yang saya peroleh sudah mencukupi. Saya ucapkan terimakasih banyak bu, saya sudah di ijinakan untuk melakukan penelitian disini dan sudah memeproleh info atau data yang saya butuhkan.

Narasumber : Iya sama-sama mbak.

LAMPIRAN E**TRANSKIP HASIL WAWANCARA DENGAN INFORMAN TAMBAHAN
(KONSUMEN RUMAH BATIK ROLLA)****A. Identitas Informan Tambahan**

Nama : Umi Sulistiyani

Umur : 50 Tahun

Pekerjaan : Guru

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen Rumah Batik Rolla Jember.

Peneliti : Assalamuaikum bu, maaf mengganggu

Konsumen : *Iya ada apa mbak?*

Peneliti : Begini bu, saya dari mahasiswa Universitas Jember mau mengadakan wawancara kepada konsumen Rumah batik Rolla, untuk kepentingan tugas akhir saya, apakah ibu bersedia untuk saya wawancara?

Konsumen : *Iya silahkan*

Peneliti : Tadi saya melihat ibu keluar dari rumah batik Rolla, apakah tadi Ibu melakukan pembelian?

Konsumen : *Ya, saya melakukan pembelian*

Peneliti : Untuk dijadikan apa ibu membeli batik disana?

Konsumen : *Kebelutan saya guru mbak, jadi saya membeli kain batik untuk saya jadikan sebagai seragam dinas.*

Peneliti : Disana kan terdapat macam batik bu, batik apa yang dibeli ibu?

Konsumen : *Saya membeli batik cap mbak.*

Peneliti : Kalau boleh tau seharga berapa bu?

- Kosumen : *Kalau masalah harga sih relative disana mbak, tadi saya membeli seharga Rp. 150.000,00 tapi dapat diskon 10% jadi saya membayar seharga Rp 140.000,00.*
- Peneliti : *Ibu tau tempat batik ini dari siapa?*
- Konsumen : *Saya tau tempat batik ini dari media online dan acara JFC yang setiap tahunnya saya lihat.*
- Peneliti : *Lalu, setelah Ibu melakukan pembelian batik, bagaimana pendapat Ibu?*
- Konsumen : *Yaa, cukup bagus lah dan batik yang dihasilkan bervariasi sehingga jarang yang menyamai, sesuai dengan harga yang di patok, dan menurut saya cukup mahal, karena harga paling murah saja seharga Rp 110.000,00*
- Peneliti : *Apakah media online tersebut menarik?*
- Konsumen : *Ya, cukup menarik, disana juga dilengkapi dengan gambar batiknya sehingga bisa melihat sebelum melakukan pembelian.*
- Peneliti : *Apakah penyampaian iklan melalui media online tersebut jelas?*
- Konsumen : *Ya, jelas. Disana juga disertai bagaimana cara untuk memesan sehingga memudahkan konsumen, namun saya memilih untuk langsung datang ke tempatnya, karena saya kesulitan untuk memesan melalui online. Maklum lah mbak saya sudah tua iya kalau seusia mbak masih bisa memesan melalui internet.*
- Peneliti : *Jika dilihat dari segi kualitasnya bagaimana?*
- Konsumen : *Kualitas nya juga sesuai dengan harganya jadi saya beli tidak kecewa karena menurut saya bagus kok mbak, apalagi dibanding dengan batik yang seharga Rp 80.000,00 an soalnya biasanya saya sering membeli batik seharga itu, tapi ternyata lebih bagus batik Rolla ini, ya pantas lah dengan harganya mbak.*

Peneliti : Baik kalau begitu bu, saya kira data yang saya perlukan sudah saya dapatkan, saya ucapkan terimakasih banyak bu atas informasi yang diberikan.

Konsumen : *Ya sama-sama mbak.*



LAMPIRAN F

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



Gambar 1.
Wawancara dengan Pemilik Rumah Batik Rolla Jember



Gambar 2.
Produk yang dihasilkan Rumah Batik Rolla Jember



Gambar 3.
Stok kain batik yang berada di Rumah Batik Rolla



Gambar 4.
Motif kain batik yang bervariasi



Gambar 5.
Pesanan Batik dari Malang



Gambar 6.
Kegiatan Mambatik yang dilakukan pada acara Cinta Batik Jember



Gambar 7.
Lokasi produksi kain batik Rumah Batik Rolla



Gambar 8.
Pameran batik oleh Rumah Batik Rolla



Gambar 9.
Pameran atau Bazaar oleh Rumah Batik Rolla



Gambar 10.
Contoh produksi batik Rolla



Gambar 11.
Bentuk kartu nama Rumah Batik Rolla



Gambar 12
Bentuk Brosur Rumah Batik Rolla

LAMPIRAN G**Perhitungan Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Per Semester
Tahun 2010-2014**

Tahun	Per Semester	Jumlah (Y)	Periode Waktu (X)	XY	X ²	Trend
2010	I	120 unit	-9	-1080	81	91,4
	II	140 unit	-7	-980	49	160,4
2011	I	200 unit	-5	-1000	25	229,4
	II	360 unit	-3	-1080	9	298,4
2012	I	320 unit	-1	-320	1	367,4
	II	490 unit	1	490	1	436,4
2013	I	389 unit	3	1167	9	505,4
	II	700 unit	5	3500	25	574,4
2014	I	500 unit	7	3500	49	643,4
	II	800 unit	9	7200	81	712,4
Jumlah		4019 unit		11397	330	

Sumber: data yang telah diolah

Konstanta Persamaan Linier

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{4019}{10} = 401,9 \text{ unit}$$

Slope Persamaan Linear

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{11397}{330} = 34,5 \text{ unit}$$

Persamaan garis trend: $Y = a + bX$

$$Y = 401,9 \text{ unit} + 34,5 \text{ unit } X$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-9) = 91,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-7) = 160,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-5) = 229,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-3) = 298,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (-1) = 367,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (1) = 436,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (3) = 505,4$$

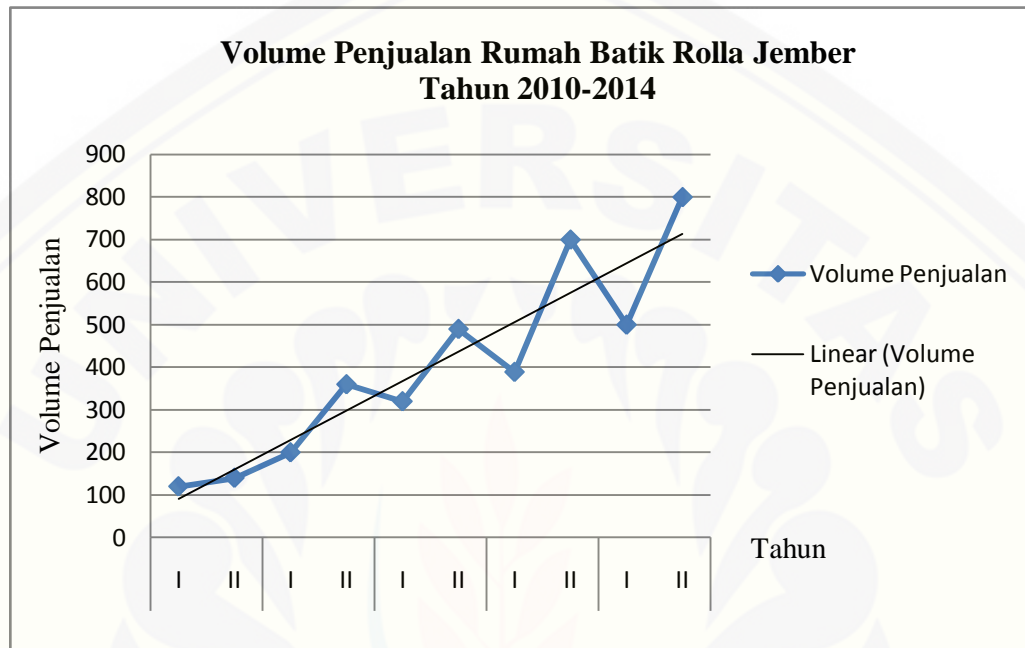
$$Y = 401,9 + 34,5 (5) = 574,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (7) = 643,4$$

$$Y = 401,9 + 34,5 (9) = 712,4$$

LAMPIRAN H

Gambar Trend Volume Penjualan

Gambar 4.2 *Trend*Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Tahun 2010-2014

Sumber : data setelah diolah

LAMPIRAN I

Perhitungan Persentase Volume Penjualan Rumah Batik Rolla Jember Per Semester Tahun 2010-2014

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

Sumber : data setelah diolah

$$\% \text{ perkembangan} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$\text{Tahun 2010 Semester II} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{140 - 120}{120} \times 100\%$$

$$= \frac{20}{120} \times 100\%$$

$$= 16,7\% = 17\%$$

$$\text{Tahun 2011 Semester II} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{200 - 140}{140} \times 100\%$$

$$= \frac{60}{140} \times 100\%$$

$$= 42,8\% = 43\%$$

$$\text{Tahun 2011 Semester II} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{360 - 200}{200} \times 100\%$$

$$= \frac{160}{200} \times 100\%$$

$$= 80\%$$

$$\text{Tahun 2012 Semester I} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{320 - 360}{360} \times 100\%$$

$$= \frac{-40}{360} \times 100\%$$

$$= -11,1\% = 11\%$$

$$\text{Tahun 2012 Semester II} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{490 - 320}{320} \times 100\%$$

$$= \frac{170}{320} \times 100\%$$

$$= 53,1\% = 53\%$$

$$\text{Tahun 2013 Semester I} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{389 - 490}{490} \times 100\%$$

$$= \frac{-101}{490} \times 100\%$$

$$= -20\%$$

$$\text{Tahun 2013 Semester II} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{700 - 389}{389} \times 100\%$$

$$= \frac{311}{389} \times 100\%$$

$$= 79,9\% = 80\%$$

$$\text{Tahun 2014 Semester I} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$

$$= \frac{500 - 700}{700} \times 100\%$$

$$= \frac{200}{700} \times 100\%$$

$$= 28,6\% = 29\%$$

$$\text{Tahun 2014 Semester II} = \frac{\text{Penj. Bulan yang bersangkutan} - \text{Penj. Bulan Lalu}}{\text{Penj. Bulan lalu}} \times 100\%$$


$$= \frac{800 - 500}{500} \times 100\%$$

$$= \frac{300}{500} \times 100\%$$

$$= 60\%$$

LAMPIRAN J

SURAT PENELITIAN

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

Nomor : 2413 /UN25.1.5/LT/2015
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

22 APR 2015

Yth. Pemilik Toko Batik Rolla
Jl. Mawar No.75
Jember

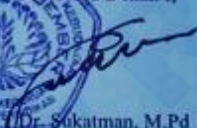
Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : Dian Indah Arini
NIM : 110210301018
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di rumah batik rolla di Jember yang Saudara pimpin dengan judul: "Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla di Jember dalam Meningkatkan Volume Penjualan".


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

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


Dekan
Pembantu Dekan I,
Dr. Sokatman, M.Pd
NIP 19640123 199512 1 001

LAMPIRAN K

SURAT BIMBINGAN

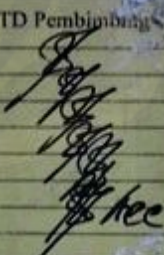
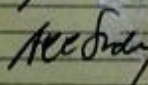


KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Dian Indah Arini
 NIM/Angkatan : 110210301018
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi
 Judul Skripsi : Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla di Jember dalam Menarik Minat Konsumen.
 Pembimbing I : Drs. Bambang Suyadi, M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing	
1.	Rabu, 04-02-2015	Judul + Bab I		
2.	Senin, 16-02-2015	Revisi Bab I		
3.	Kamis, 19-02-2015	Revisi bab I		
4.	Senin, 02-03-2015	Revisi Bab I		
5.	Senin, 09-03-2015	Bab II + Bab III		
6.	Rabu, 18-03-2015	Revisi Bab II + Bab III		
7.	Senin, 23-03-2015	Revisi Bab II + Bab III		
8.	Rabu, 8-07-2015	Bab IV dan V		
9.	Senin, 3-08-2015	Revisi bab IV dan V		
10.	Selasa, 1-09-2015	Revisi bab IV dan V		
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				

Catatan:

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Dian Indah Arini
NIM/Angkatan : 110210301018
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi
Judul Skripsi : Bauran Promosi Pada Rumah Batik Rolla di Jember dalam Menarik Minat Konsumen.
Pembimbing II : Drs. Umar HMS, M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing II
1.	Rabu, 04-02-2015	Bab I	
2.	Rabu, 18-02-2015	Revisi Bab I	
3.	Jumat, 20-02-2015	Revisi Bab I	
4.	Selasa, 10-03-2015	Bab II + Bab III	
5.	Rabu, 18-03-2015	Revisi Bab II + III	
6.	Selasa, 24-03-2015	Revisi Bab II + III	
7.			
8.	Rabu, 8-07-2015	Bab IV + V	
9.	Senin, 3-08-2015	Revisi bab IV dan V	
10.	Selasa 11-08-2015	Revisi bab IV dan V	
11.	Selasa, 1-09-2015	Revisi bab IV dan V	
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan:

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

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

1. Nama : Dian Indah Arini
2. Tempat, tanggal lahir : Jember, 14 Mei 1993
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Abd. Jalal
5. Nama Ibu : Dewi Imro'ah
6. Alamat
 - a. Asal :Dusun Kertonegoro Tengah, RT. 005, RW. 004
Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Kode Pos: 68172
 - b. Jember : Jalan Jawa VI No. 19 A

B. Pendidikan

NO.	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	SD Negeri Kertonegoro 2	Jember	2005
2.	SMP Negeri 1 Ambulu	Jember	2008
3.	SMA Negeri Ambulu	Jember	2011