

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan

Kabupaten Rembang merupakan Kabupaten yang terletak di pesisir pantai utara. Di Kabupaten Rembang terdapat berbagai macam budaya yaitu salah satunya batik. Salah satu sentra industri batik yang ada di Kabupaten Rembang yaitu Batik Tulis Sekar Mulyo. Batik tulis Sekar Mulyo merupakan suatu UMKM yang bergerak pada bidang pembuatan batik tulis asli Lasem dengan memberikan corak dan warna yang khas Lasem. Batik tulis Sekar Mulyo menjadi salah satu pusat batik tulis yang ada di Kabupaten Rembang. UMKM batik tulis Sekar Mulyo didirikan pada tahun 2010 bermula dari sang pemilik yang mempunyai ketertarikan pada batik dan akhirnya mengikuti berbagai pelatihan tentang pembatikan dan akhirnya berdirilah batik tulis Sekar Mulyo ini. Batik Sekar Mulyo didirikan dengan modal awal ±20 juta. UMKM batik tulis Sekar Mulyo ini berlokasi di desa Babagan RT/RW 06/02 Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. Sebagai kota dengan industri yang cukup terkenal, Lasem memang memiliki pusat batik, dan Sekar Mulyo menjadi salah satunya. Batik tulis yang disediakan oleh batik tulis Sekar Mulyo juga memiliki keunikan. Seperti dalam permainan warna, motif dan juga penggunaan bahannya.

Konsistensi Sekar Mulyo dalam memasarkan batik tulis menjadikannya semakin besar. Bahkan batik ini menjadi salah satu tujuan para wisatawan. Tentunya mereka yang ingin membeli oleh-oleh batik tulis dari Lasem. Ada banyak motif dan juga warna yang disediakan di tempat ini. Dan salah satu yang sangat istimewa adalah batik tulis dengan empat warna. Batik ini memang istimewa karena memiliki ragam warna yang banyak. Sehingga tampilannya lebih atraktif dan modern.

Selain itu, banyak motif batik tulis lainnya, seperti motif batik aseman, gunung ringgit, lasem krecek, kricakan, latohan, lerek, pagi dan sore, tumpal, lawasan, dan berbagai motif andalan lainnya.

Batik tulis Sekar Mulyo memiliki karyawan dengan jumlah sebanyak ±200 orang itu yang di tempat kerja dan sebagian karyawan ada yang bekerja di rumahnya masing-masing.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Melestarikan dan menumbuhkan tradisi batik Lasem dan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada khususnya dan menumbuhkan industri kerajinan batik Lasem dengan menjadi penghasil dan pegolah batik dan bisa bersaing secara sehat dan bisa dikenal oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri.

Misi:

1. Melestarikan budaya batik agar tidak punah tergerus zaman.
2. Batik Sekar Mulyo bisa lebih dikenal di kancah dunia batik nasional maupun internasional.
3. Meningkatkan taraf perekonomian khususnya bagi masyarakat sekitar.
4. Meningkatkan kualitas dan daya saing
5. Menghasilkan karya batik yang berdaya jual tinggi.
6. Berbagi ilmu dan informasi kepada masyarakat mengenai batik Sekar Mulyo⁶⁹

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



⁶⁹ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

Staff dan Karyawan

- Bagian Gambar Pola : Pak Edi
- Bagian Potong Kain : Mbak Lilik
- Bagian Nglengreng : 1. Ibu Alfiah
2. Ibu Tarmi
3. Ibu Solikah
- Bagian Nembok : 1. Ibu Kumaroh
2. Ibu Nyami
3. Ibu Puji
4. Ibu Yati
- Bagian Pewarnaan : 1. Pak Johan
2. Pak Agus
- Bagian Nglorod : 1. Ibu Win
2. Ibu Juwar⁷⁰

4. Jobdesk

1. Pembuat pola

Bertugas untuk membuat pola batik yang akan dibuat. Ini adalah tahap awal sebelum memulai proses membatik. Pola bisa dibuat dengan pensil. Pembuatan pola langsung dilakukan di atas kain. Pola bisa berupa gambar-gambar atau juga bisa berupa garis.

2. Nerusi

Bertugas untuk menebalkan gambar dari pola batik yang sudah dibuat. Ini bertujuan untuk memperjelas gambar yang sudah dibuat. Proses nerusi ini dilakukan di sebaliknya kain dan bertujuan untuk mendapatkan hasil batikan yang berkualitas.

3. Nembok

Bertugas untuk menutup bagian dasar kain yang tidak perlu diwarnai. Begitu juga bagian-bagian lain yang tidak digambar dengan pensil, tapi ingin diberi warna lain. Bagian ini harus ditembok dengan malam, agar bagian tersebut tidak berwarna sama dengan warna dasar.

4. Mewarnai

Bertugas untuk mewarnai kain yang sudah selesai dibatik. Bagian yang tertutup malam nantinya akan tetap berwarna seperti semula (putih) dan bagian yang tidak tertutup malam akan terwarnai.

⁷⁰ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

5. Lorod

Bertugas untuk melepaskan atau membersihkan malem yang menempel pada kain batik. Ini adalah tahap akhir dari proses membatik. Proses nglorod memakan waktu yang agak lama kalau batik menggunakan lebih dari satu warna.

5. Produk dan Layanan

Produk yang dijual yaitu kain batik dengan beragam corak dan warna dan ada juga pakaian jadi dari kain batik . Sistem pelayanannya yaitu bisa datang langsung ke showroom atau butiknya langsung atau juga bisa datang ke rumah produksinya di Desa Babagan RT/RW 06/02 Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. Atau juga bisa melalui pemesanan lewat sosial media.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Pemasaran yang Dilakukan UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo

Pemasaran adalah apa yang dipasarkan itu, ialah barang dan jasa. Memasarkan barang bukan berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Di dalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual, dengan segala macam cara, menyangkut barang, menyimpan, mensortir dan sebagainya.⁷¹

Pemasaran adalah hal yang penting untuk setiap pemangku usaha batik dalam usaha mikro maupun makro. Tidak lain halnya seperti yang telah dilakukan oleh UMKM batik tulis Sekar Mulyo dalam menjual berbagai produknya.

Hasil wawancara yang diperoleh dengan owner UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem “untuk pemasaran kami menggunakan promosi dan dan juga pengiklanan. Untuk promosi kita menggunakan media sosial yang sudah umum seperti whatsapp, facebook dan instagram. Kalau untuk pengiklanan kita bikin selebaran mas.”⁷²

⁷¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 1

⁷² Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

2. Kelebihan Strategi Pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem

Kelebihan atau kekuatan adalah sebuah keunggulan yang dimiliki oleh suatu perusahaan tertentu agar dapat bersaing dengan yang lainnya. Sama halnya dengan UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem yang mempunyai beberapa kelebihan dalam strategi pemasarannya yaitu:

- a. Aksesnya luas
- b. Biaya yang dikeluarkan lebih murah
- c. Menghemat waktu
- d. Available 24 jam
- e. Periklanan memungkinkan produsen untuk mengulang pesan dari produknya berkali-kali kepada konsumen
- f. Mempermudah dalam menyampaikan suatu produk dan membuat konsumen mengerti dan paham akan produk tersebut

3. Kekurangan Strategi Pemasaran Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem

Kekurangan adalah sebuah kelemahan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Dengan memiliki kekurangan bukan berarti akan membuat lemah suatu perusahaan. Tetapi dengan kekurangan tersebut sebuah perusahaan bisa meminimalisirnya agar bisa bersaing lagi dengan kompetitornya. Sama halnya dengan perusahaan lain, UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem juga mempunyai beberapa kekurangan dalam strategi pemasarannya.

Kekurangan strategi pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem yaitu:

- a. Biaya awal marketing online cukup tinggi
- b. Masih ada pelanggan yang lebih suka offline
- c. Rentan kegiatan penipuan
- d. Terdapat pelanggan yang tidak mahir pakai internet
- e. Seringkali sebuah iklan diabaikan oleh konsumen karena sering menumpuk dengan iklan-iklan yang lain

4. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem dalam Meningkatkan Volume Penjualan yaitu:

- a. Strategi Produk
Strategi produk yang dilakukan yaitu meliputi keanekaragaman produk, desain produk dan juga merek pada kemasan.
- b. Strategi Harga
Strategi harga yang dilakukan yaitu meliputi penetapan harga dan juga pemberian diskon untuk pembelian dalam jumlah yang besar. Hasil wawancara yang diperoleh dengan owner Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem “kita memberikan potongan harga kepada pembeli apabila membeli dalam jumlah yang besar mas”.⁷³
- c. Strategi Promosi
Strategi promosi yang dilakukan yaitu meliputi promosi penjualan. Promosi penjualan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Selain itu juga strategi promosi dengan media periklanan.
- d. Strategi Distribusi
Strategi distribusi yang dilakukan yaitu meliputi saluran distribusi, pencakupan lokasi yang luas, dan juga persediaan barang.

C. Analisis Data

1. Pemasaran yang Dilakukan UMKM Batik Sekar Mulyo Lasem

Pemasaran adalah apa yang dipasarkan itu, ialah barang dan jasa. Memasarkan barang bukan berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Di dalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual, dengan segala macam cara, menyangkut barang, menyimpan, mensortir dan sebagainya.⁷⁴

Pemasaran adalah hal yang penting untuk setiap pemangku usaha batik dalam usaha mikro maupun makro. Tidak lain halnya seperti yang telah dilakukan oleh UMKM batik tulis Sekar Mulyo dalam menjual berbagai produknya.

⁷³ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

⁷⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 1

Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem adalah:

a. Promosi Penjualan

Promosi yang dilakukan oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo yaitu dengan melalui media sosial yaitu Whatsapp, Facebook dan Instagram agar memudahkan calon konsumen yang akan membeli produk dari UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo.

b. Media Periklanan

UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo mengadakan pameran di dalam dan luar kota. Biasanya berlangsungnya pameran mengikuti acara besar yang ada di daerah-daerah yang menjadi tujuan. Seperti dalam wawancara “kita selalu mengikuti berbagai pameran di dalam dan luar kota mas.”⁷⁵

Selain cara tersebut strategi pemasaran yang diterapkan UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo yaitu dengan cara dari mulut ke mulut, maksudnya yaitu setiap konsumen yang datang membeli nantinya akan memberi tau kepada calon pembeli lainnya.

2. Kelebihan Strategi Pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem

Setiap perusahaan pastinya mempunyai suatu kelebihan atau kekuatan strategi pemasaran yang bisa dijadikan tolok ukur berkembang atau tidaknya sebuah perusahaan. Begitu juga dengan UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo yang mempunyai kelebihan strategi pemasaran antara lain:

a. Promosi Penjualan

1) Aksesnya luas

Pemasaran bisnis online akan memberikan akses yang luas dari pelanggan potensial. Sudah diperkirakan bahwa mayoritas orang yang tersebar di seluruh penjuru dunia pasti menggunakan internet setiap hari.

2) Biaya yang dikeluarkan lebih murah

Biaya yang dikeluarkan untuk mempromosikan bisnis di internet juga jauh lebih murah jika dibandingkan media pemasaran lainnya. Hal inilah yang memudahkan para pelaku bisnis kecil dan menengah untuk mengenalkan produknya.

⁷⁵ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

- 3) Menghemat waktu
Pemasaran online juga bisa menghemat banyak waktu waktu. Seseorang bisa mendapatkan semua informasi mengenai produk maupun jasa melalui internet. Ini berlaku baik penjual maupun pembeli.
- 4) Available 24 jam
Internet marketing juga memungkinkan bisnis yang dijalankan akan tersedia setiap hari selama 24 jam, itu berarti cara tersebut akan membantu meningkatkan penjualan dan keuntungan.

b. Media Periklanan

- 1) Periklanan memungkinkan produsen untuk mengulang pesan dari produknya berkali-kali kepada konsumen.
- 2) Jangkauan luas dan dapat dilihat banyak orang.
- 3) Mempermudah dalam menyampaikan suatu produk dan membuat konsumen mengerti dan paham akan produk tersebut.
- 4) Untuk media cetak, bisa disimpan dalam waktu yang lama karena berumur panjang.
- 5) Periklanan memberikan peluang untuk mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara, dan warna yang penuh seni.

3. Kekurangan Strategi Pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem

Tidak selalu suatu perusahaan tertentu memiliki kelebihan, ada kalanya perusahaan tersebut memiliki kelemahan. Namun, sebagai pemilik usaha harus mampu menjadikan sebuah kelemahan produksi tersebut menjadi suatu kelebihan atau sebaliknya atau sebaiknya meminimalisir kelemahan tersebut. Hal ini terjadi juga pada UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo yang juga mempunyai kelemahan strategi pemasaran yaitu:

a. Promosi Penjualan

- 1) Biaya awal marketing online cukup tinggi
Meskipun jangkauan untuk pemasaran online sangat luas, namun biaya awal yang dibutuhkan untuk sebuah situs bisa saja tinggi. Semua itu termasuk biaya

perangkat lunak yang diperlukan dan hardware serta biaya pemeliharaan.

- 2) Masih ada pelanggan yang lebih suka offline
Masih banyak para pelanggan yang menggunakan media tersebut hanya untuk memiliki informasi lebih lanjut mengenai produk dan mereka lebih memilih untuk membelinya secara offline.
- 3) Terdapat pelanggan yang tidak mahir pakai internet
Banyak para pelanggan yang tidak mahir menggunakan internet sehingga hal itu bisa menyebabkan kehilangan pelanggan.
- 4) Rentan kegiatan penipuan
Kerugian terbesar dari pemasaran online merupakan kerentanan terhadap segala bentuk kegiatan penipuan.

b. Media Periklanan

- 1) Sistem pencocokan yang luas Ini dapat mengakibatkan iklan tidak relevan dengan pencarian yang dimaksudkan.
- 2) Seringkali sebuah iklan diabaikan oleh konsumen karena sering menumpuk dengan iklan-iklan yang lain.
- 3) Iklan hanya mampu melakukan monolog, bukan dialog dengan konsumen. Jadi konsumen tidak bisa menanggapi secara langsung terhadap iklan tersebut

4. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan

a. Strategi Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam kehidupan sehari-hari maupun sesuatu yang ingin dimiliki. Strategi produk yang dimiliki UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo adalah:

1) Keanekaragaman Produk

Aneka ragam produk yang diproduksi oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo yaitu berbagai jenis batik dengan ragam pola dan motif yang berbeda, selain itu juga ada produk pakaian jadi dari kain batik.

2) Desain Produk

Yang dilakukan oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo selalu mendesain produknya dengan mengikuti perkembangan tren batik.

3) Merek Pada Kemasan

Untuk menghindari agar tidak diakui oleh produsen lain di pasaran, UMKM Batik Sekar Mulyo selalu memberi merek pada setiap kemasan produknya.⁷⁶

b. Strategi Harga

Dalam strategi pemasaran, harga sangat berperan penting terhadap daya tarik dan kepuasan konsumen. Harga menjadi sangat diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya sebuah produk.

Strategi harga yang dimiliki UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo adalah:

1) Penetapan Harga

Di UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo semua harga ditetapkan untuk produknya. Harganya berkisar antara Rp. 150.000 – Rp. 2.000.000.

2) Pemberian Diskon

Penjualan produk di UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo juga memberikan diskon bagi setiap pembelian barang.

Dalam memasarkan produk batik ini, biasanya UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo memberikan potongan harga untuk reseller atau siapa saja yang membeli dalam jumlah yang besar.⁷⁷

⁷⁶ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

⁷⁷ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

c. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan Oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo adalah:

1) Promosi Penjualan

Promosi yang dilakukan oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo yaitu dengan melalui media sosial yaitu Whatsapp, Facebook dan Instagram.

2) Media Periklanan

UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo mengadakan pameran di dalam dan luar kota. Biasanya berlangsungnya pameran mengikuti acara besar yang ada di daerah-daerah yang menjadi tujuan.⁷⁸

d. Strategi Distribusi

Strategi distribusi yang digunakan oleh UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo adalah:

1) Saluran Distribusi

Saluran pendistribusian produk UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo adalah sesuai dengan permintaan dari konsumen atau pemesan, yaitu menyesuaikan wilayah pemesan.

2) Cakupan Lokasi yang Luas

Kota-kota besar yang menjadi tempat pendistribusiannya saat ini antara lain yaitu: Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan lain sebagainya.

3) Persediaan Barang

UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo setiap hari selalu memproduksi batik, sehingga persediaan barang selalu ada, sehingga konsumen yang datang langsung tidak akan kecewa.⁷⁹

⁷⁸ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.

⁷⁹ Bu Sinok, wawancara oleh penulis, 28 Juli 2020, wawancara 1, transkrip.