

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 1. Profil Singkat dan Sejarah Berdirinya Batik Tulis Kresno Aji Lasem

##### a. Profil Singkat Batik Tulis Kresno Aji Lasem

- 1) Nama Usaha : Batik Tulis Kresno Aji Lasem
- 2) Nama Pemilik: Agit Andriyas Arta
- 3) Alamat : Rt 05 Rw 02 Desa Pohlandak,  
Kecamatan Lasem, Kabupaten  
Rembang Jawa Tengah.
- 4) Hp/Telp : 081325666033
- 5) E-mail : [KresnoAjiLasem@yahoo.com](mailto:KresnoAjiLasem@yahoo.com)

##### b. Sejarah Berdirinya Batik Tulis Kresno Aji Lasem

Nama Batik Tulis Kresno Aji Lasem diambil dari nama keluarga yaitu mbah Kresno Aji. Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem berdiri pada tahun 2009 yang dikelola oleh Ibu Sumirih putri dari mbah Kresno Aji namun sekarang berpindah tangan pada putra pertama ibu Sumirih yaitu Bapak Agit. Griya tersebut menjual berbagai macam jenis motif batik. Hal ini diperoleh informasi dari Bapak Agit pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Pada awal mula berdiri, industri Batik Tulis Lasem belum mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini di tandai dengan jumlah IKM Batik Tulis yang baru berjumlah sekitar 15 pengrajin yang di dominasi sama keturunan Tionghoa dan omset yang masih kecil. Dengan di tetapkannya tanggal 2 Oktober 2009 sebagai hari Batik Nasional, secara tidak langsung memberikan dampak positif terhadap perkembangan Batik Tulis lasem, termasuk di dalamnya Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Berbekal dari keterampilan yang di peroleh dari berbagai pelatihan yang di fasilitasi oleh Dinas maupun instansi terkait, ibu Sumirih selaku pendiri usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem mengembangkan potensi yang ada tersebut untuk meningkatkan kapasitas produksi dan omset penjualan. Selain itu juga gentar mengikuti pameran-pameran untuk mempromosikan lebih luas Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Batik Tulis Kresno Aji juga sempat mengalami keterpuruka pada tahun 2014-2016, bahkan bias dibilang hampir gulung tikar karena suatu hal. Dan akhirnya pada tahun 2017 ibu Sumirih memberikan tanggung jawab kepada Bapak Agit untuk meneruskan usaha tersebut. Dan sekarang semua produksi dan manajemen beliaulah yang memegang dan memulai dari nol kembali.<sup>1</sup>

Dari informasi hasil wawancara yang telah dikemukakan diatas, peneliti menafsirkan bahwa pemilik industri bernama Agit Andriyas Arta tidak pernah menyangka jika ia menjadi pengusaha batik dan memiliki karyawan pembatik dengan jumlah yang lumayan banyak karena awalnya ia hanya membantu ibunya dalam penjualan ketika ia masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas dan bangku Perguruan Tinggi. Setelah lulus kuliah beliau mulai belajar membuat desain motif dan mengawasi para karyawan saat membatik dan proses finishing. Karena selain hampir gulung tikar Ibu Sumirih juga sebagai Sekretaris Desa. Untuk mengurangi aktifitasnya yang super sibuk kemudian beliau memberikan tanggung jawabnya penuh kepada putranya yaitu Bapak Agit. Meskipun tanggung jawab tersebut sudah pindah tangan pada putranya namun Ibu Sumirih masih terus mengoreksi kekurangan yang terjadi pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Bapak Agit sudah bisa membuat motif-motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem, hal ini dikarenakan dalam silsilah keluarga. Mengusung bisnis dengan strategi pemasaran juga berarti menghindari diri dari penipuan dan menyembunyikan segala sesuatu yang tidak boleh disembunyikan.

## **2. Visi, Misi dan Tujuan Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

### **a. Visi Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

“ Menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi agar di sukai oleh para konsumen.”

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku pemilik Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada tanggal 26 Desember 2018 jam 10.15 WIB

**b. Misi Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

- 1) Meningkatkan sumberdaya manusia menjadi sumber tenaga kerja yang ahli.
- 2) Menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam pemasaran.
- 3) Selalu melakukan inovatif terhadap perkembangan dan kualitas produk.

**c. Tujuan Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

- 1) Melestarikan budaya tradisi batik sebagai peninggalan nenek moyang kita, khususnya Batik Tulis Lasem
- 2) Untuk memperoleh laba
- 3) Untuk membuka lapangan pekerjaan
- 4) Menjadikan batik sebagai tuan rumah di negeri sendiri
- 5) Memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk dapat berbusana batik yang bagus.<sup>2</sup>

**3. Letak Geografis Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

Secara geografis Griya Batik Tulis Kresno Aji terletak di pulau Jawa, tepatnya di Desa Pohlandak, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang. Griya ini Letaknya sangat strategis karena berada di jalan raya Lasem. Letaknya yang strategis membuat konsumen mudah menemukan Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem ini dan mempermudah untuk menarik konsumen.<sup>3</sup>

**4. Produk-produk Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem menjual berbagai macam kebutuhan Kain batik meliputi: macam-macam merk motif batik seperti sekar jagad, latohan, aseman; kricakan, dan lunglungan, kembang jambu, kedelai kecer. Adapun bentuk dari motif tersebut adalah:

- a. Sekar jagad: bentuk bunga aneka rupa dalam satu kain
- b. Latohan : bentuk rumput laut
- c. Aseman : bentuk daun asem
- d. Kricakan : bentuk batu pecah
- e. Lunglungan : bentuk daun yang menjalar

---

<sup>2</sup> Hasil Dokumentasi dengan Bapak Agit, selaku pemilik Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada tanggal 11 Desember 2018 jam 10.15 WIB.

<sup>3</sup> Hasil Dokumentasi Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada tanggal 10 Desember 2018 jam 13.00 WIB

- f. Kembang jambu : bentuk daun jambu
- g. Kedelai kecer : bentuk kedelai berserakan.<sup>4</sup>

### 5. Struktur organisasi Batik Tulis Kresno Aji Lasem

Organisasi adalah suatu sistem usaha kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Jadi organisasi itu sendiri terdiri dari beberapa unsur yang saling berhubungan. Dalam melaksanakan suatu pekerjaan yang relatif besar membutuhkan kerjasama antara dua orang atau lebih. Untuk mencapai hasil yang lebih efektif dan efisien dalam menyelesaikan pekerjaan, maka setiap orang yang terlibat dalam sistem pekerjaan tersebut harus mengetahui dengan jelas tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam menyelesaikan pekerjaan. Struktur organisasi merupakan suatu kerangka hubungan antara pejabat maupun bidang kerja yang satu dengan yang lainnya sehingga akan tampak mengenai kepegawaiannya. Suatu organisasi dalam upaya mencapai tujuan mutlak memerlukan adanya struktur organisasi yang sesuai dengan aktivitas yang dijalankannya.

Terlebih lagi suatu organisasi yang telah maju dan besar, struktur organisasi dapat berfungsi untuk memudahkan pimpinan dalam mengawasi aktivitas organisasi yang dipimpinya. Bagi perusahaan maupun instansi, baik dalam skala besar maupun kecil, struktur organisasi merupakan seperangkat yang sangat penting untuk mengadakan pembagian tugas atau pekerjaan.

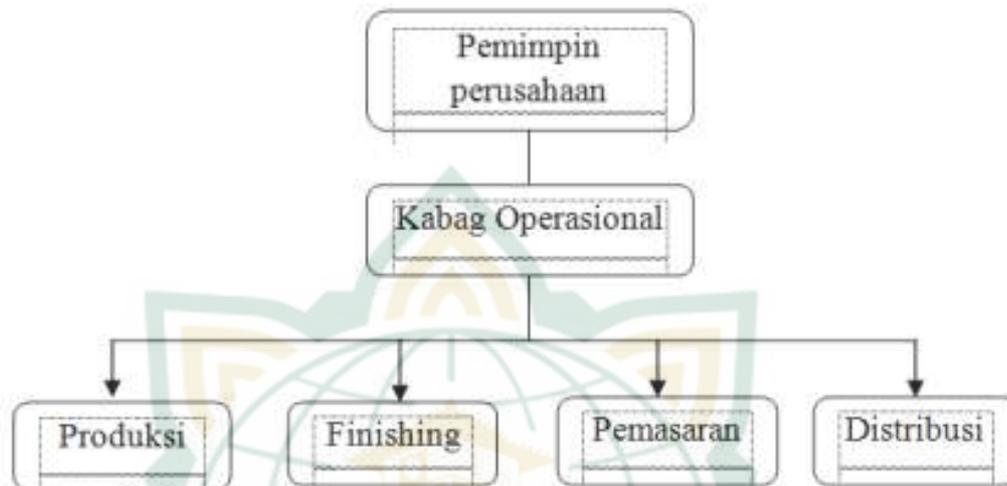
Gambar struktur organisasi Griya Batik Kresno Aji Lasem adalah sebagai berikut:<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Hasil Dokumentasi Griya Batik Kresnono Aji Lasem s, pada tanggal 17 Desember jam 11.00 WIB.

<sup>5</sup> Hasil Dokumentasi Griya Batik Kresno Aji Lasem pada tanggal 10 Desember 2018 jam 13.00 WIB

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Batik Tulis  
Kresno Aji Lasem**



Jadi Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem dipimpin oleh pemilik perusahaan, dalam hal ini dipegang oleh bapak Agit yaitu bertugas memimpin perusahaan sehari-hari dan anggota atau karyawan bertugas dalam pelaksanaan perintah dari pimpinan perusahaan. Pemimpin perusahaan bertanggung jawab atas segala sesuatu pada perusahaan baik keluar maupun masuk. Untuk itu tugas dari pemimpin juga meliputi pembuatan dan penyusunan manajemen perusahaan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian karyawan sampai pengawasan dan lainnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bapak Agit mengenai tugas pemimpin berikut ini ialah:<sup>6</sup>

a) Perencanaan

Pemimpin perusahaan sebagai perencanaan dalam menentukan garis-garis besar untuk memenuhi usaha dengan jalan:

- a. Menentukan kebijakan-kebijakan.
- b. Menyusun rencana kerja
- c. Merencanakan waktu pelaksanaan rencana kerja

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan bapak Agit, selaku pemilik Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada tanggal 11 Desember 2018 jam 10.15 WIB.

d. Memberikan pengarahan bagaimana rencana kerja tersebut dilaksanakan.

b) Pengorganisasian

Didalam pengorganisasian pemimpin perusahaan akan membagi- bagi karyawan baik sebagai pemimpin maupun bawahan yang akan diberikan tugas-tugas yang jelas untuk masing-masing bagian, sehingga bagian-bagian tersebut bertanggung jawab terhadap wewenang yang diberikannya.

c) Pengarahan

Rencana pekerjaan telah tersusun, struktur organisasi telah ditetapkan dan jabatan dalam struktur organisasi telah diisi, sehingga pemimpin tinggal menggerakkan bawahan dan mengkoordinir agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

d) Pengkoordinasian

Setelah perusahaan merencanakan rencana kerja dan menggerakkan bawahan selanjutnya pemimpin mengkoordinasi bawahan dalam melaksanakan jabatan masing-masing sehingga kegiatan operasi berjalan dengan baik.

e) Pengawasan

Mengadakan penilaian apakah pekerjaan sesuai dengan yang digariskan semula dan apakah hasilnya sesuai dengan yang direncanakan. Jika terjadi penyimpangan segera dapat dicari penyebabnya untuk kemudian diperbaiki agar kesalahan tidak terulang.

f)Pemasaran

Perusahaan Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah perusahaan batik yang mempunyai pemasaran di Lasem, dan sekitarnya. Oleh sebab itu dalam misi perusahaan Batik Tulis Kresno Aji tetap berupaya terus menerus mengembangkan jaringan pemasaran dengan mengedepankan pelayanan prima kepuasan konsumen atau pelanggan. Dalam pemasaran yang dilakukan perusahaan Batik Tulis Kresno Aji adalah dibantu oleh PERINDAGKOP dan disediakan outlet di Rembang kota. Dan melalui media cetak, seperti selebaran brosur dan lain sebagainya sedangkan melalui media elektronik, pihak perusahaan melalui e-mail. Selain itu, juga

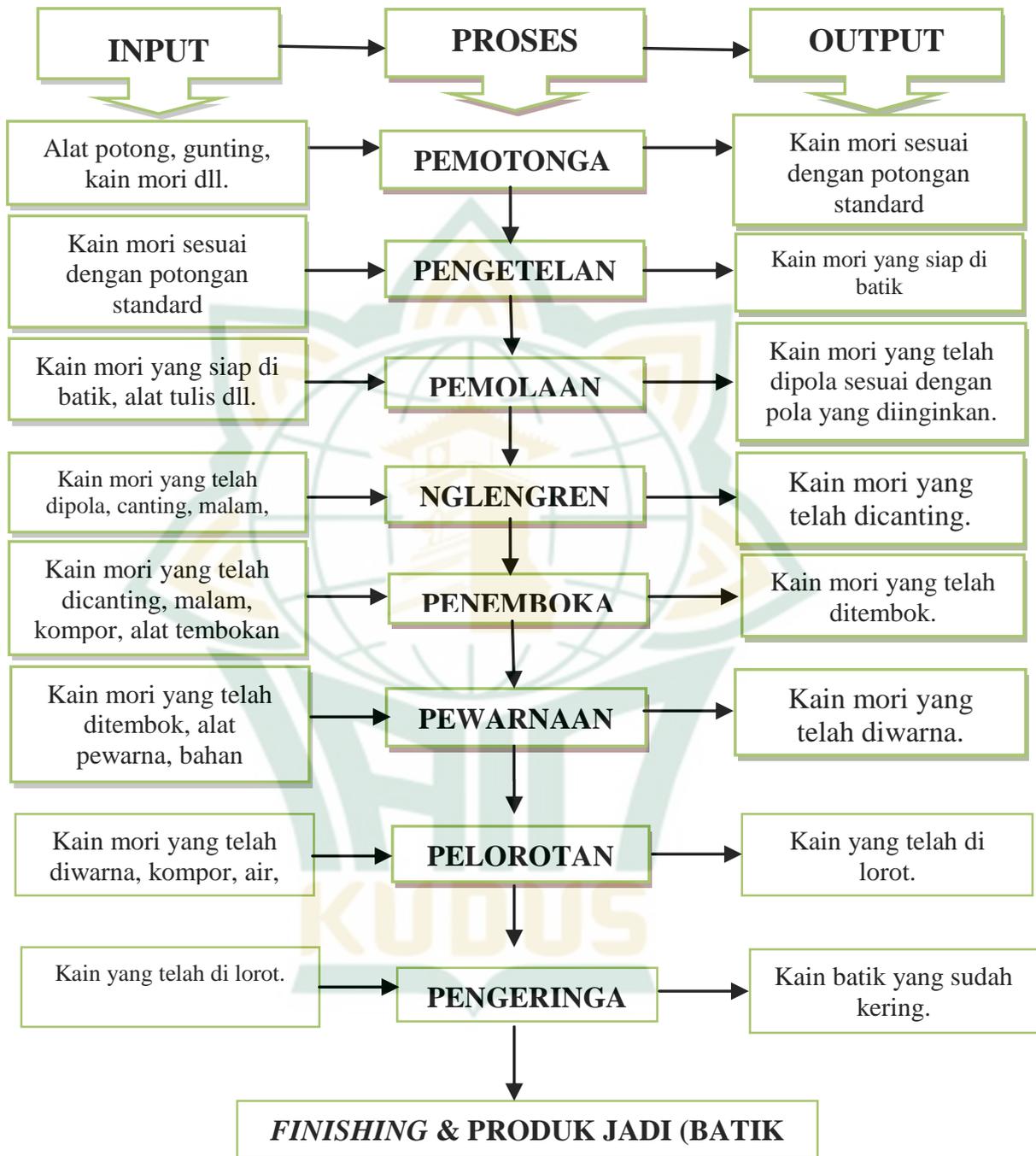
pemasaran yang digunakan melalui media elektronik, dan media sosial. Pihak perusahaan oleh perusahaan untuk memasarkan barang produksinya perusahaan selalu ikut event-event seperti pameran dan kegiatan-kegiatan lainnya.

g) Proses Pembuatan

Mengenai proses pembuatan Batik Tulis Kresno Aji Lasem ini memang melalui berbagai tahapan-tahapan. Yang pertama di mulai tahapan persiapan yaitu pemotongan kain, mencuci kain atau ngirah, mengangji mori atau ngloyor, ngempleng. Tahap kedua yaitu tahap pelekatan atau pemberian lilin batik, dan untuk tahap terakhir ialah penghilangan lilin yaitu dengan cara menghilangkan sebagian lilin pada kain dengan dikerok, dan menghilangkan keseluruhan lilin atau malam batik dengan cara malam keseluruhan. Tahapan terakhir tersebut dinamakan tahap akhir atau finishing sebelum batik siap dipasarkan, sedangkan sistem kerja Batik Tulis Kresno Aji Lasem terkait omset penjualan menggunakan borongan atau tergantung permintaan konsumen.<sup>7</sup>

Proses produksi Batik Tulis Kresno Aji Lasem dapat digambarkan melalui skema berikut ini:

**Gambar 4.2. Proses Produksi Batik Tulis Kresno Aji Lasem**



Catatan :

Jika diinginkan mewarnai kain lebih dari satu kali maka diulangi untuk proses penembokan dan pewarnaan sesuai dengan jumlah warna yang diinginkan baru kemudian dilorot.

Penjelasan urutan proses pembuatan Batik Tulis lasem dapat dijabarkan sebagai berikut :

1) Pemotongan

Proses memotong kain mori sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Ukuran standar kain Batik Tulis lasem adalah panjang 230-235 cm dan lebar 105-115 cm. Sedangkan bahan untuk sarung potongan panjangnya 215-225 cm dan lebar 105-115 cm.

2) Pengetelan

Merupakan proses yang diawali dengan mencuci dan merendam kain mori selama kurang lebih 1 x 24 jam. Tujuannya adalah untuk menghilangkan kanji. Kemudian dilanjutkan dengan pengeloyoran, yaitu memasukkan kain mori ke minyak jarak atau minyak kacang yang sudah di campur soda abu. Kain mori dimasukkan ke dalam minyak jarak agar kain menjadi lemas, sehingga daya serap terhadap zat warna lebih tinggi.

3) Pemolaan

Proses menjiplak atau membuat pola di atas kain mori dengan cara meniru pola motif yang sudah ada, atau biasa disebut dengan ngeblat. Pola biasanya dibuat di atas minyak terlebih dahulu, baru dijiplak sesuai pola di atas kain mori. Tahapan ini dapat dilakukan secara langsung di atas kain atau menjiplaknya dengan menggunakan pensil.

4) Nglengkren

Nglengkren adalah proses menggoreskan malam pada kain yang telah dipola dengan pensil. Pada beberapa kondisi, proses pemolaan menggunakan pensil sering kali dilewatkan dan langsung pada proses nglengkren langsung pada selembar kain tanpa pola. Proses ini juga meliputi proses memberi ornamen-ornamen atau isian pada pola yang telah dibuat. Pemberian ornamen-ornamen ini pada umumnya menggunakan canting yang lebih kecil untuk menampilkan detail yang berbeda pada setiap bagiannya.

## 5) Penembokan

Nembok adalah proses menutupi bagian-bagian yang tidak boleh terkena warna dasar. Bagian tersebut ditutup dengan lapisan malam yang tebal yang berfungsi sebagai penahan warna agar tidak masuk ke serat kain pada bagian pola yang tidak ingin terkena warna pada saat proses pewarnaan.

## 6) Pewarnaan

Proses mewarnai kain batik yang telah ditembok dengan warna sesuai yang diinginkan. Pewarnaan yang digunakan untuk Batik Tulis lasem adalah pewarnaan dengan teknik celup dan colet. Namun sebagian besar pelaku usaha Batik Tulis lasem menggunakan teknik pewarnaan celup. Teknik ini dipilih karena dinilai memiliki tingkat pengikatan warna yang lebih baik sehingga warna lebih awet.

## 7) Pelorotan

Proses menghilangkan seluruh malam (lilin) dengan cara memasukkan kain yang sudah diwarnai ke dalam air mendidih yang telah dicampur soda. Setelah diangkat, kain dibilas dengan air bersih. Untuk memastikan agar tidak ada lilin yang tersisa, biasanya kain batik yang telah dilorot kemudian dikucek atau diidak kemudian dibilas lagi menggunakan air bersih sebelum proses pengeringan.

## 8) Pengeringan

Proses mengeringkan batik dengan cara dibentangkan dan dikeringanginkan, hal ini dikarenakan Batik Tulis sebaiknya dihindarkan dari terik matahari langsung untuk menjaga kualitas warna

## h) Perhitungan gaji

Pada Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem untuk pegawai atau karyawan gajinya menggunakan sistem borongan atau tergantung hasil pekerjaan mereka.

## B. Diskripsi Data Penelitian

### 1. Data Tentang Peran Media Sosial dalam mendukung Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem

Media sosial merupakan situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka yang mereka kenal di dunia nyata maupun dunia maya. Akan tetapi di era perkembangan teknologi sekarang ini media sosial banyak digunakan untuk berwirausaha juga demikian yang dilakukan oleh Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang menggunakan Inovasi produk dan penjualan produksinya melalui media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan melalui dokumentasi dan wawancara, strategi pemasaran yang digunakan di Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam mengembangkan pemasaran inovasi produk dan promosi penjualan batik sudah sesuai dengan metode atau strategi pemasaran secara umum, karena sudah ada penerapan tentang segmentasi, targeting, dan positioning produk. Pemilik Griya Tulis Kresno Aji Lasem Bapak Agit mengatakan bahwa didalam memasarkan produk yang ia bidik adalah semua kalangan dan semua lapisan masyarakat, semisal kalangan menengah ke atas pilih kain yg halus. Sedangkan yang lain biasanya kita pasarkan kepada instansi-instansi pemerintah dan swasta.<sup>7</sup>

Selain itu Ibu Yana selaku istri bapak Agit mengatakan bahwa peranan media sosial tidak hanya promosi atau memasarkan saja, melainkan salah satunya adalah inovasi produk. Dalam pembahasan inovasi produk, atribut produk, tahapan inovasi prodak, dan tipe inovasi prodak digunakan untuk menjelaskan inovasi produk yang terjadi dalam Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah antara lain:<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.03 WIB

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ibu Yana, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.30 WIB

## 1. Atribut Produk

### a. Harga.

Ditinjau dari segi inovasi terhadap harga, Batik Tulis Kresno Aji Lasem selama ini tidak melakukan perubahan atau inovasi terhadap cara penetapan harga batik yang diproduksi, sehingga harga yang ditawarkan relatif konstan. Harga yang ditawarkan tetap disesuaikan dengan kerumitan motif dan banyaknya warna yang digunakan, serta jenis kualitas kain batiknya yang dibedakan menjadi kain katun prima/primis, batik katun halus dan kain cantingan prima/primis, kain cantingan halus.

### b. Kualitas.

Batik Tulis adalah jenis batik dengan kualitas terbaik. Semua Batik Tulis Kresno Aji Lasem merupakan Batik Tulis, selama ini penentuan kualitas tidak pernah berubah yaitu dibedakan atas dasar kerumitan motif, ketelitian pada tiap motif batik, warna, dan teknik pewarnaan yang digunakan. Pada batik Kresno Aji Lasem, kualitas sangat ditekankan dalam usaha batiknya.

### c. Desain.

Desain akan motif baru muncul dari pelanggan, selain itu pameran yang diadakan Pemerintah Daerah adalah penyemangat tersendiri bagi pekerja untuk mengembangkan kreatifitasnya guna menghasilkan motif baru yang lebih menarik dan variatif. Berdasarkan data perusahaan, usaha batik milik Ibu Yana dari tahun 2015 hingga 2017 memiliki 20 jenis motif.<sup>9</sup>

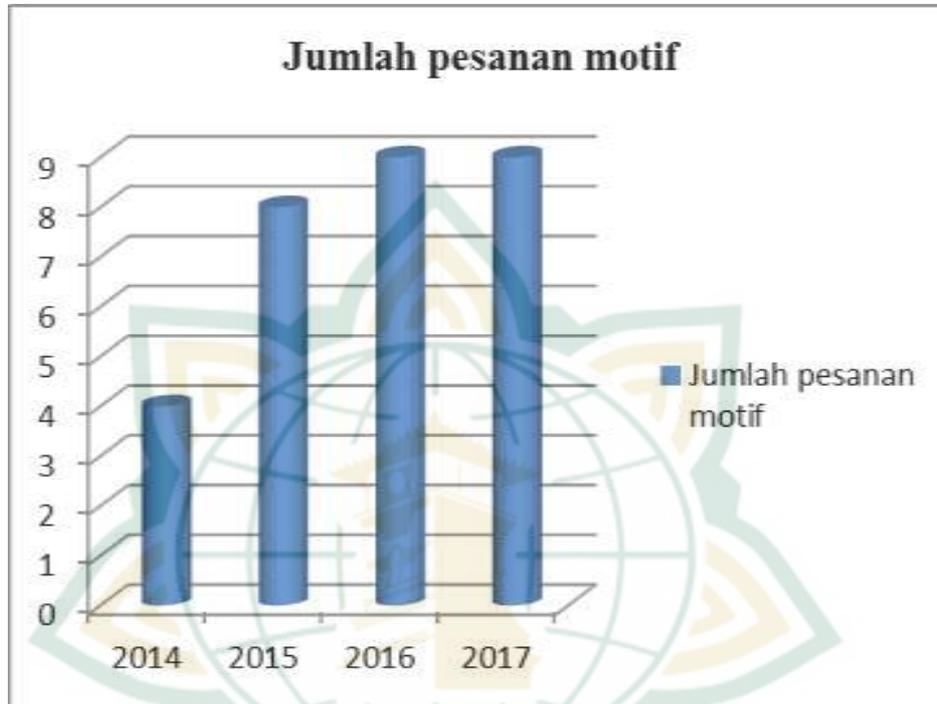
Motif-motif batik tersebut tidak hanya merupakan motif asli tetapi juga motif-motif kreasi sendiri. Selain kreasi sendiri, Ibu Yana juga mengakui bahwa ide akan motif baru juga datang dari pelanggan dengan kata lain pesanan pelanggan juga bisa menjadi salah satu ide motif yang dapat dikembangkan. Berikut grafik pengembangan motif baru yang terjadi dalam

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Yana, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.03 WIB

usaha Batik Tulis kresno Aji Lasem sejak tahun 2014 hingga 2017:

**Gambar 4.3. Data Batik Tulis Kresno Aji Lasem Tahun 2017**



Sumber : Data Batik Tulis Kresno Aji Lasem 2018

Berdasarkan grafik diatas bahwa permintaan motif baru pada tahun 2014: 4 , desain motif baru, 3 diantaranya pesanan pelanggan; 2015: 8 desain motif baru, 3 diantaranya pesanan pelanggan; 2016: 9 desain motif baru, 4 diantaranya pesanan pelanggan; 2017: 9 desain motif baru, 6 diantaranya pesanan pelanggan.

## 2. Tahapan Inovasi

Tahapan inovasi yang dilakukan di Batik Tulis Kresno Aji Lasem menurut Bapak Agit antara lain yaitu pemunculan Ide, penyaringan Ide, analisa bisnis, pengembangan, komersialisasi.

### a. Pemunculan Ide:

Sebagai pengusaha batik di mana inovasinya adalah motif-motif kerajinan batiknya, bapak Agit lebih sering mendapatkan ide dari lingkungan sekitar dan konsumen. Sebagian besar ide motif batik berasal

dari pelanggan yang memesan batik secara khusus. Selanjutnya ide motif baru tersebut dikembangkan oleh para pekerja sehingga dapat dikatakan bahwa motif baru merupakan kombinasi ide antara pelanggan dengan pekerja.”<sup>10</sup>

Berdasarkan wawancara diatas Motif baru pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem sendiri hanya seputar pada permainan dan penambahan ragam motif, corak, serta warna. Hal ini dilakukan karena pembeli datang untuk membeli batik yang pertama kali diperhatikan dan memikat konsumen adalah ragam motif, corak, serta warna yang dimiliki oleh sehelai kain batik yang memancarkan keindahan seninya. Namun tentunya motif – motif kreasi baru tersebut harus tetap beracuan pada ciri khas Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

b. Penyaringan Ide:

Penyaringan ide dari motif-motif baru secara khusus tidak dilakukan oleh bapak Agit. Namun penyaringan ide tersebut secara tidak langsung dan tanpa di sadari sebenarnya telah dilakukan walau hanya secara sederhana dan berbekal pengalaman. Penyaringan ide tersebut tampak dimana bapak Agit memiliki catatan untuk motif – motif batik tertentu yang merupakan motif batik dengan permintaan tinggi dan motif tersebutlah yang sering di kembangkan. Hal ini sebenarnya adalah penyaringan ide dimana permintaan pelanggan akan motif – motif tertentu menjadi indikator permintaan potensial dan motif tersebutlah yang harus banyak diproduksi dan dikembangkan. Selain itu penyaringan ide yang kedua tampak dari pernyataan bahwa motif baru selalu berasal dari pengembangan motif lama atau tetap memiliki ciri khas Batik Tulis Kresno Aji Lasem jika tidak berasal dari pengembangan motif lama, hal ini sebenarnya bertujuan untuk tetap menjaga efektifitas

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.15 WIB

penyaringan ide agar tidak keluar dari konsep yang ada.

c. Analisa Bisnis

Bapak Agit tidak melakukan pengukuran secara khusus terhadap biaya, laba, *return on investment*, dan arus kas terhadap dampak finansial dari memperkenalkan produk baru. *Analisa payback period, break – event analysis* dan *risk analysis* terhadap dampak finansial dari memperkenalkan produk baru juga tidak dilakukan dalam usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Sebelum ataupun sesudah Bapak Agit meluncurkan produk baru tersebut tidak pernah dilakukan pengukuran dan analisa secara khusus, namun berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agit diketahui bahwa produk baru yang berupa inovasi motif batik baik dari pelanggan ataupun diri sendiri tidak serta merta dijadikan motif yang paling banyak dibatik atau diproduksi. Apabila motif tersebut tidak mendapatkan euforia di pasaran, maka kuantitas produksinya tidak dilakukan dengan jumlah yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem sudah sampai tahap inovasi produk analisis bisnis namun hanya sebatas tindakan pencegahan terhadap kerugian dan penimbunan stok.

d. Pengembangan:

Untuk mengembangkan kreativitas pekerjanya, pemunculan motif baru tidak selalu menunggu pesanan pelanggan. Waktu di mana tidak ada pesanan pelanggan adalah saat di mana karyawan berkesempatan untuk mengembangkan ide masing-masing dalam kreasi motif batiknya.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut Bapak Agit untuk mengembangkan ide akan motif baru tidak menyiapkan konsep khusus. Bapak Agit hanya memberikan penjelasan mengenai motif batiknya

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.15 WIB

kepada pelanggan. Hal ini dimaksudkan untuk membuat pelanggan mengetahui makna dari motif batik yang akan dibeli. Berdasarkan data yang diperoleh hingga tahun 2017, Batik Tulis Kresno Aji Lasem memiliki 20 jenis motif yang masing-masing motif memiliki corak warna dan tingkat kesulitan pembuatan yang berbeda. Dari 20 jenis batik tersebut, 6 di antaranya adalah hasil kreasi karyawan. Hal tersebut berarti bahwa citra produk yang dihasilkan oleh Bapak Yana dapat diterima oleh konsumen, baik di dalam kota maupun di luar kota.

#### e. Pengujian

Pada tahap pengujian, menurut hasil wawancara Bapak Agit tidak melakukan tindakan khusus terhadap produk batiknya karena tidak ada penetapan elemen-elemen penting untuk memperkenalkan produk di pasar. Namun dari hasil analisa secara tidak langsung dan disadari ada 2 elemen yang tampak dalam usaha Batik Tulis Kresno Aji. Elemen pertama adalah desain motif yang di sesuaikan dengan selera konsumen, dan elemen kedua adalah hasil inovasi tetap beracuan pada ciri khas khusus Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

#### f. Komersialisasi

Dalam tahap komersialisasi bapak Agit memiliki supplier langganan yang berasal dari Surabaya, kain yang digunakan adalah kain katun halus dengan kualitas yang paling bagus untuk batik, pewarna kimia yang paling bagus untuk batik, sedangkan pewarna alami diperoleh dari kebun sendiri dan lingkungan sekitar.

Dalam memperkenalkan produk sangat mengandalkan adanya pameran yang diadakan Pemerintah di berbagai kota dan saat tidak ada pameran hanya mulut kemulut dan saat ada pelanggan yang datang ke rumah produksi, hal ini merupakan kelemahan dari usaha Batik Tulis kresno Aji Lasem, karena komersialisasi hanya mengandalkan pameran yang diadakan oleh pemerintah, dimana pameran tersebut tidak menentu frekuensinya tiap tahun. Untuk timing peluncuran produk baru yang tepat menurut

Bapak Agit adalah di saat pameran, karena bisa lebih cepat diketahui oleh masyarakat lebih luas.

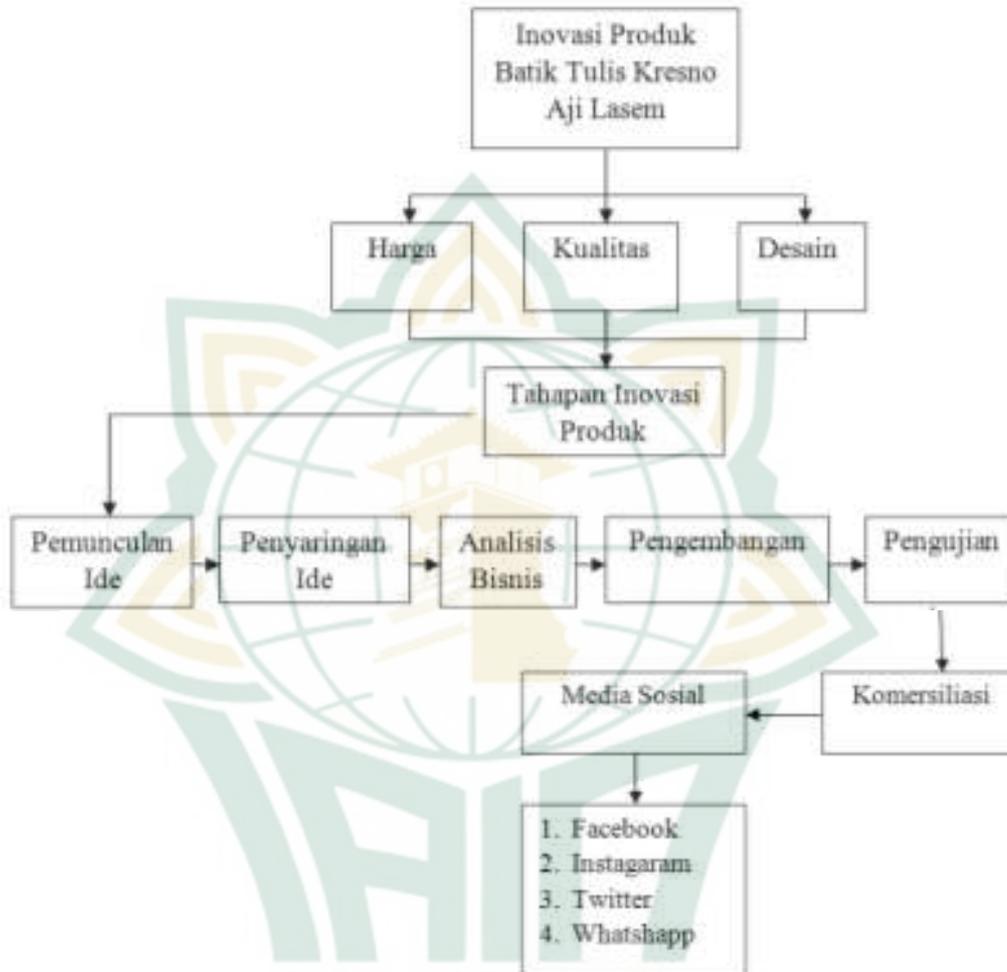
### 3. Tipe Inovasi

Produk Berdasarkan penelitian yang ada, inovasi yang dilakukan oleh usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem dapat dikategorikan sebagai *regular innovation*. Bapak Agit menyebutkan bahwa *regular innovation* melibatkan perubahan yang membangun pada produksi yang sesuai dengan pasar dan pelanggan yang ada. Inovasi yang dilakukan usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem merupakan suatu pengembangan dari produk yang sudah ada sebelumnya yaitu batik dan tidak melakukan pengembangan produk jenis lain, di mana perubahan tersebut juga disesuaikan dengan permintaan pasar yang sudah ada.

Namun berdasarkan analisa Batik Tulis Kresno Aji Lasem juga memiliki kecodongan pada Inovasi revolusioner yang terletak pada penciptaan motif batik yang benar – benar baru namun di terapkan pada pasar dan pelanggan yang telah ada sebelumnya. Karena itulah inovasi pada usaha kain Batik Tulis Kresno Aji Lasem bisa dikatakan dari inovasi *regular innovation* mendekati inovasi revolusioner.

Dibawah ini adalah bagan inovasi produk melalui media sosial yang dilakukan Batik Tulis Kresno Aji Lasem:

**Gambar 4.4**  
**Inovasi Produk Batik Tulis Kresno Aji Lasem Melalui Peran Media Sosial**



Sumber: Olah Data wawancara di Batik Kresno Aji lasem

Di sisi lain dalam pemasarannya Pemilik Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem Bapak Agit menuturkan ada 2 hal yang menjadi strategi Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam mempromosikan produk yaitu antara lain:<sup>12</sup>

a. Strategi Informasi

Dalam komunikasi pemasaran, penyampaian informasi menjadi aktifitas paling penting. Informasi dalam

<sup>12</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.03 WIB

komunikasi disebut juga sebagai pesan (*message*), dalam menyampaikan pesan, pemasar harus memperhatikan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Pola Pesan, bagian terpenting dari strategi penyampaian pesan pemasaran adalah penetapan cara terbaik untuk mengkomunikasikan pokok pesan kepada khalayak sasaran dalam hal ini adalah konsumen/pelanggan. Ada 2 faktor yang perlu diperhatikan dalam penyampaian pesan (*presentasi*), yaitu isi pesan harus berorientasi pada produk dan tingkat kepedulian konsumen harus terbangun. Hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:
  - a) Menyampaikan informasi yang sebenarnya tentang produk batik yang dijual.
  - b) Menyisipkan humor-humor segar dalam status update.
  - c) Memberikan gambar-gambar produk batik yang inovatif dan menarik konsumen
  - d) Menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen tentang produk batik secara detail.
  - e) Meyakinkan konsumen bahwa Batik Tulis Kresno Aji Lasem dapat dipercaya dengan memberikan nomor kontak dan email maupun facebook untuk kemudahan komunikasi.
- 2) Media Penyampaian
 

Facebook memiliki beberapa fasilitas untuk menyampaikan pesan kepada membeanya, dapat melalui message box (kotak pesan), posting status, catatan dan *image tagging*. Batik Kresno Aji Lasem menggunakan fasilitas-fasilitas ini secara berkala dan terencana, misal dengan cara :

  - a) 3 hari sekali mengirimkan informasi produk melalui message box maupun wall.
  - b) 1 minggu sekali membuat catatan terkait dengan keunggulan produk
  - c) 2 minggu sekali mengeluarkan produk-produk terbaru sehingga customer selalu mengupdate
  - d) Selalu membuka line chatting facebook bagi customer yang hendak bertanya tentang produk Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

### 3) Mengatur Penyampaian Pesan

Mengatur frekuensi penyampaian pesan melalui media yang disediakan oleh Facebook memang harus secara berkala dan terencana, adapun cara-caranya adalah sebagai berikut:

- a) Menyampaikan Judul atau Subyek pesan yang menarik
- b) Mengirim pesan secara personal kepada customer, bukan massal agar tidak dianggap sebagai spam
- c) Membuat pesan sesingkat dan sejelas mungkin
- d) Selalu akhiri dengan kontak
- e) Membuat jadwal dan frekuensi pengiriman pesan secara berkala.

#### b. Merancang Promosi

Promosi dilakukan untuk berkomunikasi dan mempengaruhi pelanggan agar dapat menerima produk yang dihasilkan. Pemasar dapat merancang promosi dengan berbagai cara, seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas penjualan individu dan kemasan yang menarik. Batik Kresno Aji Lasem melakukan promosi melalui beberapa cara diantaranya:<sup>13</sup>

##### 1) Periklanan

Menyampaikan pesan kepada konsumen berupa informasi produk, dalam bentuk gambar maupun deskripsi produk.

##### 2) Promosi Penjualan

Promosi penjualan dilakukan dengan cara membuat agenda promo khusus dalam masa tertentu secara berkala, misalnya menjelang lebaran membuat agenda pemasaran dengan memberikan diskon 20% untuk produk-produk tertentu dan dalam jumlah pembelian tertentu, menerima pesanan sarimbit keluarga ditambah anak, memberi bonus secara langsung berupa batik atau kain untuk para re-seller online maupun offline, mengadakan berbagai acara lomba untuk menarik konsumen.

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.03 WIB

### 3) Publisitas Penjualan Individu

Publisitas Penjualan Individu atau *Personal Selling* adalah menjual secara langsung kepada masing-masing konsumen, ini dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan konsumen, baik dengan cara mengirim pesan atau dengan melakukan obrolan.

### 4) Kemasan Yang Menarik

Kemasan produk atau product packing memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen, semakin menarik kemasan maka konsumen akan semakin tertarik untuk mengetahui produk lebih lanjut, maka penggantian kemasan secara berkala juga dibutuhkan untuk melakukan promosi pemasaran.

### c. Membangun Komunitas

Dengan mengintegrasikan sosial media ke dalam sistem pemasaran, banyak hal yang dapat dilakukan guna meningkatkan efisiensi manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management), hal-hal yang dilakukan Batik Tulis Kresno Aji Lasem dengan facebook adalah sebagai berikut :<sup>14</sup>

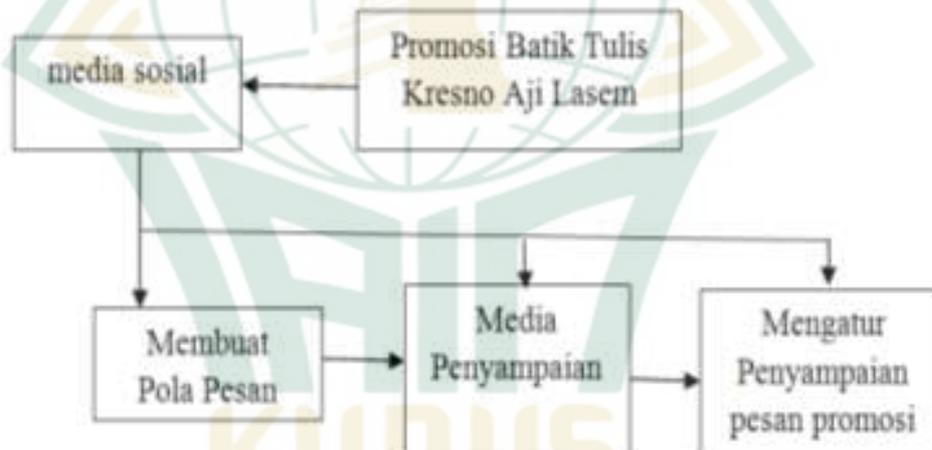
- 1) Memanfaatkan group dan fans page melalui facebook group dan fans page atau halaman penggemar adalah sebuah layanan yang diberikan oleh Facebook berupa halaman yang berisi informasi umum perusahaan/instansi yang dapat disukai (*like*) oleh pengguna Facebook secara umum, sehingga pengguna yang menyukai halaman tersebut terkumpul menjadi satu komunitas penggemar. Interaksi yang terjadi adalah ketika pemilik halaman mengirimkan informasi ke halaman tersebut dan/atau salah satu penggemar mengirimkan informasi/komentar di halaman tersebut, maka seluruh penggemar yang tergabung akan menerima informasi yang dikirimkan tersebut, sehingga hal ini dipandang sangat efektif untuk pemasaran. Dalam hal ini Batik Tulis Kresno Aji Lasem sudah membuat halaman fan page.

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.03 WIB

- 2) Optimalisasi Facebook Marketing melalui aplikasi Facebook memiliki banyak fitur aplikasi yang dapat dimanfaatkan diantaranya adalah untuk mengadakan sebuah pooling (jajak pendapat). Dengan aplikasi jajak pendapat ini, pemilik usaha/instansi akan mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari pelanggannya secara acak, sehingga hasil dari jajak pendapat tersebut dapat digunakan untuk menentukan kebijakan selanjutnya. Dibawah ini adalah bagan kegiatan yang dilakukan usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam memasarkan produknya melalui media sosial.

**Gambar 4.5**  
**Promosi Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem Melalui Peran Media Sosial**



Sumber: Olah Data wawancara di Batik Tulis Kresno Aji Lasem

Dari data yang dikemukakan diatas masalah menciptakan loyalitas konsumen, bahwa Produk yang dijual Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem sudah teruji kualitasnya. Jadi seorang konsumen tidak perlu khawatir. Disamping itu Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem juga menyediakan batik klasik yang tidak kalah juga dalam hal motif dan pewarnaannya. Bapak Agit dalam menerapkan pemasarannya selalu jujur, transparan, dan ramah kepada pembeli atau

pelanggan. Sedangkan untuk penentuan harga pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah berdasarkan kesulitan pembuatan dan harga bahan baku, serta harga bahan penunjang. Harga yang ditawarkan merupakan harga tetap yang telah disesuaikan dengan harga bahan baku. Rancangan harga bahan baku selalu berubah setiap kali ada peningkatan harga dan pemasok. Batik Tulis Kresno Aji Lasem telah merinci daftar harga dari produk-produk tersebut. Harga yang di tawarkan kepada pembeli adalah sesuai dengan kualitas produk batik yang dihasilkan pula. Batik Kresno Aji Lasem menyediakan batik dengan bahan katun prima atau primis dan cantingan halus atau standar. Sehingga kedua belah pihak dapat menemukan harga sesuai dengan yang diinginkan.<sup>15</sup>

**Tabel 4.1 Daftar Harga Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

<b>Produk Bahan Katun Prima dan Cantingan Standar</b>	<b>Harga</b>
Batik Satu Warna	150.000,00/lembar
Batik Dua Warna	200.000,00-300.000,00/lembar
Batik Tiga Warna	350.000.600.000,00/lembar

**Tabel 4.2 Daftar Produk Bahan Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

<b>Produk Bahan Prima dan Cantingan Halus</b>	<b>Harga</b>
Batik Satu Warna	Rp. 350.000,00/lembar
Batik Dua Warna	Rp.400.000,00-600.000,00/lembar
Batik Tiga Warna	Rp.500.000,00-800.000,00/lembar
Batik Tiga Negeri	Rp,1.000.000,00-5.000.000,00/lembar

Sumber: Batik Tulis Kresno Aji Lasem, 2018

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

**Tabel 4.3 Data Omset Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

No	Bulan	Omset Penjualan
1.	Juni	Rp. 18.000.000,00
2.	Juli	Rp. 16.000.000,00
3.	Agustus	Rp. 22.000.000,00
4.	September	Rp. 29.500.000,00
5.	Oktober	Rp. 16.000.000,00
6.	November	Rp. 19.500.000,00
7	Desember	Rp. 19.900.000,00

Sumber: Batik Tulis Kresno Aji Lasem, 2018

Hasil wawancara dengan Bapak Agit selaku pemilik Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem setelah menggunakan pemasaran media sosial ada kenaikan penjualan atau omset daripada tidak menggunakan pemasaran menggunakan media sosial.

Alasan bapak Romli selaku pelanggan Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang membuatnya tertarik untuk menjadi pelanggan adalah karena harganya di sini terjangkau untuk kelas Batik Tulis di banding Batik Tulis lainnya dan dalam kuantitas yang banyak pasti harganya lebih terjangkau sekali, kualitas produknya juga terjamin, serta pelayanannya juga ramah.<sup>16</sup>

Senada dengan bapak Romli, Bapak Badrudin juga mengatakan mengenai harga yang diberikan oleh Batik Tulis Kresno Aji Lasem tergolong standar, fleksibel tergantung orangnya. Orang biasanya suka memilih mana yang agak murah, mana yang agak mahal. Saya sering mencarikan bahan dan motif yang sesuai selera.<sup>17</sup>

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa untuk harga yang diterapkan Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem sangat standar tergantung minat konsumen mau milih produk yang bagaimana, harga mahal murahnya menyesuaikan tergantung

<sup>16</sup> Wawancara dengan Bapak Romli, selaku pelanggan Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 13 Januari 2019 Pukul 13.30 WIB

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Badrudin, selaku pelanggan Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 13 Januari 2019 Pukul 13.23 WIB

kualitas produk dan motif batik itu sendiri dan untuk pelanggan Bapak Agit dalam melakukan penjualannya juga memberikan potongan harga atau diskon.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk merangsang pembeli dengan cara mengadakan pameran dengan (bazaar), peragaan busana produk Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang terbaik dan terbaru. Selain itu juga melalui internet untuk menawarkan produknya kepada konsumen dengan mudah dan lebih luas. Kegiatan ini diantaranya seperti tawar menawar harga produk, pemesanan produk oleh pelanggan, serta penyaluran saran dan kritik dari pelanggan kepada perusahaan. Manfaat bagi perusahaan dari pengguna e-mail dan instagram serta facebook ini yaitu pesan (tawaran produk) lebih cepat sampai ke tangan pembeli, biaya relative murah dan sebagai wadah keluhan pembeli yang merasa kurang puas terhadap produk atau pelayanan yang diberikan perusahaan.

## **2. Data Tentang kendala yang dihadapi Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam Menggunakan Media Sosial Untuk Mendukung Inovasi Produk dan Promosi Penjualan Batik**

Dalam menerapkan strategi pemasaran produk maupun inovasi dengan menggunakan media sosial pasti kendala atau faktor-faktor yang dihadapi antarlain faktor internal dan eksternal.

### **1. Faktor Internal**

#### **a) Kreativitas Pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

Wirausaha tidak mudah merasa puas dengan hasil yang telah didapatkan. Mereka akan berupaya untuk mengembangkan produknya dari waktu ke waktu. Begitu juga yang dilakukan oleh wirausaha muslim batik di daerah Lasem. Mereka berusaha untuk meningkatkan kreativitas dalam ide desain motif batik, sehingga Batik Tulis Kresno Aji Lasem dapat dikenal oleh masyarakat Rembang maupun di luar Rembang.

Desain motif Batik Lasem terinspirasi dari kultur dan potensi Kabupaten Rembang yang notabnya daerah pesisir, namun antar pengrajin berbeda dalam penerapan

imajinasinya. Selain memperhatikan konsep budaya, trend mode yang sedang berkembang juga diperhatikan dalam menciptakan desain. Motif batik dengan ciri khas kultur dan potensi Lasem, sebelumnya belum pernah dibuat dan tidak ada patokan yang jelas mengenai motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Oleh karena itu perlu sebuah ide yang mampu merumuskan apa yang disebut motif khas Lasem.

Hal itu seperti yang diungkapkan oleh Bapak Agit, pengrajin dari Batik Batik Tulis Kresno Aji Lasem bahwa gambar motif di gambar sendiri, kreativitas pembeli minatnya seperti apa akan tetapi dari pihak dikasih tema, Kawung Babagan, Kendoro Kendiri, Sekar Jagad lan lainnya.<sup>18</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Agit tersebut, dapat diketahui bahwa dengan tema yang sama, yaitu kultur dan potensi Lasem, seperti Kawung Babagan, Kendoro Kendiri, Sekar Jagad, namun daya kreativitas antar pengrajin berbeda, dalam menerapkan imajinasinya terhadap motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Untuk memperoleh imajinasi dalam desain motif, ada beberapa hal yang dilakukan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Selanjutnya untuk mendapatkan ide kreatif desain motif batik, biasanya beliau meluangkan waktu untuk jalan-jalan, sekedar refreshing di daerah Lasem. Segala macam potensi daerah Lasem dan Rembang sekitarnya yang beliau lihat, kemudian beliau catat, dan diexplorer satu per satu.<sup>19</sup> Catatan yang dibuat oleh Bapak Agit, berisi setiap hal yang terlintas difikirannya untuk dijadikan desain motif batik, kemudian beliau terapkan kedalam sebuah gambar.

Selain berhubungan dengan kultur dan potensi Lasem, Bapak Agit dalam membuat desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem, juga memperhatikan model yang sedang populer dan diminati

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 14 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 15 Januari 2019 Pukul 12.34 WIB

oleh masyarakat pada saat itu. Hal yang dilakukan oleh Bapak Agit untuk memperoleh ide desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem, sejalan dengan Ibu Yana, istri bapak Agit yang kebetulan beliau bekerja di Dinas Perindakop kabupaten Rembang.

Menurut wawancara dengan Bapak Agit, dengan menenangkan pikiran, baik itu dengan jalan-jalan, refreshing, kepasar untuk melihat situasi pasar, bahkan ketenangan yang beliau peroleh setelah beribadah, dapat menumbuhkan imajinasi dalam mendapatkan ide-ide desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem.<sup>20</sup>

Dalam menemukan ide desain, bapak Agit lebih memadupadankan antara gambar atau motif yang sebelumnya sudah ada dengan kultur dan potensi Lasem Kabupaten Rembang. Jadi gambar atau hal apapun yang menjadi inspirasi beliau, bapak Agit tetap mengkombinasikan dengan kultur dan potensi Lasem pada motif batiknya. Beliau mengatakan bahwa lingkungan daerah Lasem sebagian besar adalah hutan jati, dari sanalah beliau mendapatkan ide-ide kreatif untuk motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Ada beberapa cara yang dilakukan oleh bapak Agit untuk mendapatkan ide-ide kreatif dalam pembuatan desain motif batik pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem, antara lain:<sup>21</sup>

- a. Berani berfikir kreatif tanpa takut dibilang bodoh oleh orang lain, karena biasanya dari hal-hal yang aneh akan timbul ide yang cemerlang.
- b. Mendengarkan radio, melihat televisi, dan aktif menggunakan jejaring sosial, dengan begitu otak akan terangsang untuk semakin berfikir kreatif dan semakin peka terhadap perkembangan jaman.
- c. Amati produk-produk yang dikeluarkan oleh industri-industri lain, baik di dalam maupun di luar Lasem. Tidak ada salahnya menggunakan ide desain industri

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

lain, namun dimodifikasi dan dikombinasikan dengan sesuatu yang baru.

- d. Jangan takut salah. Karena dari kesalahan, kita akan terus belajar dan menjadi lebih baik.
- e. Bawalah selalu buku catatan kemanapun pergi, karena ide kreatif dapat muncul dimana saja.
- f. Jangan segan untuk mendengarkan pendapat orang lain, meskipun itu dari pesaing kita sendiri. Karena dari merekalah kritik dan saran yang membangun akan didapatkan.
- g. Dengarkan apa yang dikatakan pelanggan, karena pelanggan adalah orang yang akan menikmati hasil desain kita. Kepuasan mereka mempengaruhi kelangsungan hidup industri batik kita.
- h. Sering membaca buku, apalagi buku-buku tentang bagaimana cara merangsang pemikiran-pemikiran yang kreatif.
- i. Sebagai umat Islam tentunya segala sesuatu bersumber dari Allah SWT, semakin mendekatkan diri kepada-NYA. Jika hati kita tenang, dengan sendirinya ide-ide kreatif akan bermunculan.

Pengembangan daya kreativitas pengrajin muslim Batik Tulis Kresno Aji Lasem, sesuai dengan QS. Ali Imran Ayat 190-191, yaitu:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ  
لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا  
وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا  
مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿١٩١﴾

Artinya : “190. Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, 191. (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk

atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami dari siksa neraka. (QS. Ali Imran Ayat 190-191) .

Setelah ide-ide kreatif tentang desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem didapatkan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji, langkah selanjutnya adalah menerapkannya dalam sebuah gambar. Namun, penerapan gambarnya tidak langsung pada kain. Pengrajin biasanya menggambar di kertas terlebih dahulu, setelah itu baru gambar pola pada kain.<sup>22</sup>

Tujuan dari menggambar pada kertas terlebih dahulu, menurut Ibu bapak Agit adalah untuk meminimalkan kesalahan pada saat menggambar pola pada kain. Dengan menggambar pola pada kertas, motif dapat dilihat terlebih dahulu apakah layak atau tidak untuk dijadikan motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Kemudian setelah dianggap layak, bapak Agit menggambar pola tersebut pada kain. Menurut beliau, menggambar pola pada kertas terlebih dahulu dapat memudahkan menggambar pada kain batik. Karena gambar yang akan dibuat pola pada kain sudah dikuasai, jadi dapat menghindari kesalahan saat menggambar pada kain batik.

Berdasarkan desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang telah dilihat oleh peneliti, terdapat banyak motif yang dibuat oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Meskipun tema yang digunakan sama, yaitu kultur dan nuansa Lasem, namun gambar yang dihasilkan antar pengrajin berbeda.

Kreativitas pengrajin dapat dilihat dari motif batik yang dihasilkan. Contohnya batu kricak atau pecahan batu kecil-kecil bisa menjadi inspirasi bagi pengrajin untuk mendapatkan ide desain motif Batik Tulis Kresno Aji

---

<sup>22</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

Lasem. Pengrajin mengambil semua bagian yang ada pada pohon jati untuk dijadikan motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Contohnya Kawung Babagan, Kendoro Kendiri, Sekar Jagad, terdapat pada garis-garis tulang daun yang membentuk guratan garis dinamis dan indah, kelenturan dan lipatan daun terwujud pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Mengenai kreativitas dalam mendapatkan ide desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem dari hasil wawancara dengan informan, dalam hal ini pemilik usaha sekaligus pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem, hasil pengamatan yang diperoleh oleh peneliti di lapangan dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Proses Pengumpulan Ide Desain Motif.

Untuk menghasilkan motif yang bervariasi, pengrajin harus mengembangkan ide atau gagasan baru bagi kelangsungan usahanya. Menurut pengrajin, pengembangan ide atau gagasan dilakukan secara cepat dan tepat, alasannya karena perkembangan pasar dan selera konsumen sangat dinamis. Artinya, motif yang dihasilkan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem harus sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga pengrajin selalu mencari dan membutuhkan ide-ide serta gagasan baru yang kreatif, dalam hal ini keanekaragaman motif menjadi kunci keberhasilan penerapan daya kreativitas pengrajin. Sumber dari ide-ide kreatif pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah kultur dan potensi Kabupaten Rembang, yang berasal dari lingkungan sekitar pengrajin.

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk melatih daya kreativitas yang berdampak pada keanekaragaman desain motif, pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem, telah melalui beberapa proses, yaitu:

- a. Untuk menumbuhkan dan mengembangkan kreativitas, ada beberapa hal yang dilakukan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem, diantaranya adalah mengikuti pelatihan, membaca buku-buku tentang pengembangan kreativitas,

melihat perkembangan batik melalui internet, dan sharing dengan sesama pengrajin Batik Tulis di Lasem, untuk mendapatkan saran-saran dan kritikan yang lebih membangun daya kreativitas mereka. Selain itu, hubungan dengan Allah SWT yang dapat menciptakan ketenangan batin juga mampu menumbuhkan pemikiran-pemikiran kreatif pengrajin.

- b. Mengamati dan mempelajari keadaan pasar, masalah-masalah, dan keputusan yang dapat diambil dalam perdagangan. Seperti halnya masalah persaingan, pengembangan motif, dan harga.
- c. Merumuskan informasi yang diperoleh melalui pengamatan keadaan pasar, kemudian pengrajin mengidentifikasi hasil untuk menemukan peluang.
- d. Pemecahan masalah diperoleh setelah pengrajin mengidentifikasi informasi-informasi yang ada. Disinilah ide-ide kreatif pengrajin bermunculan.
- e. Proses terakhir adalah mengimplementasikan pemikiran atau ide-ide yang diperoleh oleh pengrajin tadi ke dalam praktek, tentunya adalah desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Maka kreativitas pengrajin untuk menciptakan motif-motif baru harus selalu dikembangkan, agar motif yang tercipta tidak monoton dan dapat memenuhi selera konsumen yang dinamis. Keanekaragaman motif yang berhasil diciptakan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem merupakan bukti bahwa daya kreativitas mereka telah meningkat dari waktu ke waktu.

## 2. Pelatihan Daya Kreativitas.

Setelah ide-ide kreatif tentang desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem didapatkan oleh pengrajin, langkah selanjutnya adalah melatih kreativitas tersebut dengan menggambar ide pada sebuah kertas terlebih dahulu sebelum menggambarnya pada kain. Hal ini dilakukan oleh pengrajin untuk meminimalkan kesalahan saat menggambar pola pada kain dan memastikan apakah

motif yang tercipta layak atau tidak untuk dijadikan motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Dengan sering menggambar, keterampilan pengrajin dalam menggambar pola pada kain juga akan meningkat. Tangan menjadi lebih luwes dan kemampuan otak untuk berfikir juga akan ikut berkembang.

b) Inovasi Pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem bila dilihat lebih lanjut adalah sebuah inovasi produk, dimana produk batik dengan motif biasa diberi sebuah inovasi, sehingga muncul sebuah produk batik baru dengan ciri khas kultur dan potensi Lasem. Motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem mempunyai keunikan dan kekhasan tersendiri yang tidak dimiliki daerah lain dan menjadi motif khas Kabupaten Rembang yang mengangkat berbagai kultur dan potensi Rembang.

1) Inovasi Terhadap Motif.

Inovasi tidak selalu berupa ide yang rumit, pengrajin dapat berinovasi dengan ide yang sudah ada. Hanya bagaimana seorang wirausaha mampu menambahkan atau mengkombinasikan dengan hal-hal yang baru, sehingga dapat menambah nilai guna dan menjaga kualitas produknya.

Bentuk inovasi yang dilakukan oleh Bapak Agit dari motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah dengan melakukan pengembangan motif dari yang sebelumnya sudah ada. Awalnya motif yang dibuat oleh Bapak Agit secara keseluruhan hanya bermotif kultur biasa saja tanpa memberikan variasi lain.<sup>23</sup>

Setelah Bapak Agit selesai membuat kain-kain batik khas Lasem, beliau mengikutkannya dalam pameran, namun pengunjung banyak mencari motif batik yang lebih bervariasi dan warna yang cerah. Semenjak saat itu Bapak Agit mulai berinovasi dengan motif batiknya. Bapak Agit mengkombinasikan motif banyak kreasi yang dipadukan dengan motif pakem Lasem agar Batik

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

Tulis yang di hasilkan lebih terlihat hidup dan berisi namun ketika orang melihat batik tersebut langsung tahu bahwa itu Batik Tulis Lasem. Berbagai motif yang bervariasi mulai diciptakan oleh Bapak Agit dengan mengkombinasikan beberapa motif yang terinspirasi dari lingkungan sekitar tempat tinggal beliau. Selain motif yang berasal dari Batik Tulis Kresno Aji Lasem, Bapak Agit juga melayani konsumen yang membawa motif sendiri, tetapi dalam motif tersebut, tetap diberikan motif-motif khas Lasem. seperti contohnya, sebuah instansi yang membawa motif sendiri berupa logo instansi, dengan adanya kesepakatan, Bapak Agit tetap memberikan motif khas Lasem pada pesanan tersebut.

Dari data-data wawancara dengan pengrajin Batik Tulis Kresno Aji menunjukkan bahwa terdapat inovasi-inovasi terhadap motif Batik yang dihasilkan oleh pengrajin. Inovasi yang pertama berupa inovasi pada desain gambar kain batik. Awalnya desain gambar yang digunakan pengrajin Batik Tulis Kresno Aji masih jarang atau hanya bermotif kultur Lasem tanpa kombinasi motif lain. Setelah mengikuti pameran, Bapak Agit mengetahui bahwa motif yang banyak dicari oleh pembeli adalah motif yang lebih bervariasi. Sedangkan inovasi yang kedua berupa inovasi warna kain batik. Warna kain batik saat pertama kali dibuat oleh pengrajin adalah warna khas Lasem yaitu warna kalem. Akan tetapi setelah dipasarkan, pembeli cenderung mencari kain batik dengan warna yang cerah bahkan mencolok. Karena keinginan konsumen, pengrajin mulai berinovasi dengan kain batik yang awalnya berwarna kalem menjadi berwarna cerah.

Jadi inovasi terhadap motif yang dilakukan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji disebabkan oleh keinginan konsumen. Karena keinginan konsumen yang dinamis, membuat pengrajin selalu berinovasi terhadap motif-motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem, agar dapat menghasilkan motif kain batik

yang lebih bervariasi sehingga konsumen tidak merasa bosan.

## 2) Inovasi Terhadap Promosi Penjualan Produk.

Inovasi terhadap promosi penjualan produk berhubungan dengan bagaimana memperkenalkan Batik Tulis Kresno Aji Lasem kepada masyarakat agar produk dapat terjual dan membawa berkah dari Allah SWT. Promosi memiliki peranan yang sangat penting bagi berlangsungnya usaha. Sebaik apapun barang yang dijual, jika tidak dikenal oleh masyarakat, tidak akan laku. Promosi yang dilakukan tidak boleh mengandung penipuan. Pembeli sering tertipu karena melihat tampilan luar atau kemasan yang menawan. Padahal jika dibuka, isinya jauh berbeda dari yang digambarkan. Promosi seperti ini akan merugikan pelakunya sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agit, pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem menggunakan dua metode dalam mempromosikan penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Metode yang pertama adalah metode penjualan tatap muka atau face to face, dan metode yang kedua adalah promosi tidak langsung atau dengan media. Metode tatap muka atau face to face, dilakukan dengan cara menawarkan langsung produknya kepada konsumen. Promosi seperti ini dilakukan oleh bapak Agit dengan membuka toko di Kecamatan Lasem, selain itu beliau juga aktif menawarkan produknya ke rumah-rumah, pasar, instansi-instansi pemerintahan, baik negeri maupun swasta, koperasi, dan juga melalui pameran di berbagai kota.<sup>24</sup>

Hasil dari promosi langsung ini, bapak Agit mempunyai banyak pelanggan dari berbagai sekolah di sekitar tempat tinggal beliau. Selain itu, bapak Agit juga mempunyai pelanggan dari toko-toko batik di berbagai kota antara lain di Semarang, Solo, Malang, Jogjakarta dan Kalimantan.

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

Metode kedua yang dilakukan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem, dalam mempromosikan Batik Tulis Kresno Aji adalah metode tidak langsung atau menggunakan media. Media yang dimaksud disini adalah melalui internet atau jejaring sosial. Popularitas jejaring sosial di internet yang terus melambung, juga memberi peluang untuk melakukan promosi dengan lebih mudah.

Adanya jejaring sosial telah dimanfaatkan oleh bapak Agit dan Bapak Agit untuk melakukan promosi terhadap Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Promosi menggunakan jejaring sosial, khususnya facebook, mempunyai keuntungan dapat mempromosikan Batik Tulis Kresno Aji Lasem sampai ke tempat-tempat yang jauh tanpa melakukan perjalanan.<sup>25</sup>

Dengan memanfaatkan facebook, bapak Agit dapat mempromosikan Batik Tulis Kresno Aji Lasem sampai ke daerah-daerah lain. Selain dapat dilakukan dirumah, menggunakan facebook tidak mengganggu pekerjaan beliau lainnya. Menurut bapak Agit ada beberapa hal yang harus dilakukan dengan promosi menggunakan media facebook, diantaranya yaitu:<sup>26</sup>

a. Mempromosikan Batik Tulis Kresno Aji Lasem dengan menuliskan status di facebook dan disertai gambarnya.

Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan motif-motif apa saja yang ada dan dapat dipesan oleh calon pembeli. Calon pembeli tidak perlu pergi jauh untuk melihat motifnya. Ketika calon pembeli sudah tertarik dengan motifnya, mereka bisa berkunjung untuk melihat secara langsung seperti apa motif dan kualitas bahannya.

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan Bapak Agits, selaku pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

<sup>26</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

- b. Tag foto Batik Tulis Kresno Aji kepada beberapa teman yang dikenal.

Cara ini paling sering digunakan oleh wirausaha yang mempromosikan produknya melalui facebook. Unggah foto produk, kemudian tag beberapa teman-teman yang dikenali. Jangan lupa untuk memberikan keterangan pada foto yang sifatnya menarik. Cara sederhana ini, sedikit demi sedikit akan membantu dalam promosi, baik produknya maupun tempat penjualannya.

Berdasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan Batik Tulis Kresno Aji lasem, pengrajin menggunakan dua metode. Metode yang pertama adalah metode tatap muka atau face to face dan yang kedua adalah metode tidak langsung atau menggunakan media. Metode tatap muka atau face to face, dilakukan dengan cara membuka toko, aktif menawarkan produknya ke rumah-rumah, pasar, instansi-instansi pemerintahan, baik negeri maupun swasta, koperasi, dan melalui pameran di berbagai kota. Sedangkan metode tidak langsung atau menggunakan media, adalah cara mempromosikan Batik Tulis Kresno Aji lasem melalui internet, khususnya jejaring sosial facebook. Promosi melalui facebook, selain menghemat waktu juga dapat menghemat biaya.

## 2. Faktor Eksternal

### a) Kebijakan Pemerintah

Selain kreativitas dan inovasi pengrajin muslim Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang menyebabkan naiknya volume penjualan, adanya kebijakan pemerintah untuk mengenakan Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada hari-hari tertentu untuk pegawai negeri maupun swasta, juga menyebabkan naiknya volume penjualan.

### b) Persaingan Pasar

Faktor penyebab naiknya volume penjualan juga disebabkan adanya persaingan pasar yang memperhatikan selera konsumen. Jadi Batik Tulis Kresno Aji Lasem tidak hanya dikenakan untuk

instansi, tetapi juga masyarakat umum. Memperhatikan hal ini, pengrajin berusaha meningkatkan kualitas Batik Tulis Kresno Aji Lasem agar semakin banyak masyarakat yang membeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Badrudin seorang Kepala Dusun, beliau membeli batik selain dikarenakan oleh aturan daerah, beliau juga membeli karena tertarik terhadap motif dari Batik Tulis Kresno Aji Lasem itu sendiri meskipun harga bisa di bilang mahal. Menurutnya ada harga ada kualitas.<sup>27</sup>

Selain meningkatkan kualitas produk, pelayanan terhadap konsumen juga harus diperhatikan. Agar konsumen melakukan pembelian ulang karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penjual. Dengan begitu, akan terjadi bubungan berkelanjutan dengan konsumen tersebut.

Menurut prinsip syari'ah, kegiatan pemasaran harus di landasi semangat kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Rasulullah SAW telah mengajarkan pada ummatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala: QS. An-Nisa Ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ

بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

---

<sup>27</sup> Wawancara dengan Bapak Badrudin, selaku Pelanggan Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 13.00 WIB

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang bathil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridho. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang Kepada Kalian”. QS. An-Nisa Ayat 29.

### C. Analisis Data

#### 1. Analisis Data tentang Peran Media Sosial dalam mendukung Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>28</sup> Jadi kegiatan penggunaan strategi dalam memasarkan produk ialah rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan yang menerapkan pedoman khusus dalam menciptakan loyalitas konsumen untuk bertujuan dalam meningkatkan penjualan produk. Batik Tulis Kresno Aji Lasem merupakan sebuah usaha di bidang kerajinan tangan yang mengusung prinsip tertentu, yang tidak lepas dari persaingan-persaingan antar produk sejenis dalam bidang kerajinan tangan dan juga Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang sudah besar. Untuk itu usaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem perlu melakukan kebijakan dalam pemasarannya agar dapat meningkatkan penjualannya.

Hal yang paling mendasar dan sangat dibutuhkan dalam strategi pemasaran adalah inovasi produk serta bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat agar membeli dan dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli ditempat ini. Maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Batik Tulis Kresno Aji Lasem yaitu dengan memilih, inovasi

---

<sup>28</sup> Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 168-169.

produk dan merumuskan pasar yang dituju yaitu dengan cara pemunculan ide, Penyaringan Ide, Analisi Bisnis, Pengembangan, dan komersialisasi.

Selain itu strategi tersebut juga memperhatikan beberapa hal seperti, strategi produk, strategi pasar, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi, yang bertujuan untuk menarik pembeli dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pemasaran pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Segmentasi pasar

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agit mengenai segmentasi pasar, bahwa segmentasi pasar Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah semua kalangan dan semua lapisan masyarakat pengguna batik, baik orangtua maupun anak-anak muda. Untuk kalangan ke atas biasanya memilih batiknya dengan kualitas tinggi seperti batik tiga negeri atau tiga warna.<sup>29</sup>

Segmentasi adalah cara memandang suatu pasar menjadi beberapa pasar secara kreatif, untuk mengidentifikasi dan menggambarkan dengan tepat kesempatan yang berkembang di pasar. Segmentasi adalah strategi pemasaran yang pertama dan merupakan langkah awal yang menentukan hidup perusahaan.<sup>30</sup> Dalam hal ini segmentasi produk Batik Tulis Kresno Aji Lasem berdasarkan pada tiga segi segmentasi yaitu: Segmentasi berdasarkan geografis atau wilayah, Segmentasi berdasarkan demografis, Segmentasi berdasarkan psikografis

b. Targeting

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Agit selaku pemilik griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem mengenai target pasaran produk ialah untuk pengguna produk Batik Tulis Kresno Aji Lasem ini yang ditujukan itu adalah semua kalangan, mulai dari kalangan bawah

---

<sup>29</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

<sup>30</sup> Siti Khotijah, *Smart Strategy Of Marketing*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 17.

sampai kalangan atas. Sekarang pengguna batik tidak hanya kalangan tertentu saja, semua lapisan masyarakat juga memakai batik, mulai dari orang tua, muda bahkan anak kecil.<sup>31</sup>

Jadi segmen kita adalah semua kalangan dan semua lapisan masyarakat itulah segmennya. Sedangkan yang menjadi focus atau target sekarang ini adalah kepada masyarakat dekat pasar kota dan instansi-instansi pemerintah ataupun masyarakat tingkat swasta.<sup>32</sup>

Setelah melakukan segmentasi, perusahaan melakukan pemilihan segmen atau segmen-segmen yang akan dimasuki. Segmen inilah yang disebut *targeting*, dan dengan *targeting* ini berarti upaya menempatkan sumber daya perusahaan secara berdaya guna, karena itu *targeting* ini disebut *fitting strategy* atau strategi ketepatan. Yang menjadi *targeting* di Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah instansi-instansi pemerintah dan swasta.

#### c. Positioning

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Agit selaku pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem mengenai penempatan posisi produk di pasaran bahwa semua barang yang dijual oleh Griya Batik Tulis Kresno Aji Lasem ini memang sudah teruji semua kualitasnya dan mengikuti tren di masyarakat. Tujuan kita mengusung bisnis dengan menciptakan loyalitas konsumen adalah sebagai penetrasi pasar, memberikan pilihan lain kepada pembeli sehingga menemukan harga yang sesuai dengan keinginannya. Kebanyakan jenis motif batik yang sering laku yaitu batik tiga negeri atau tiga warna.<sup>33</sup>

Setelah pemetaan dan penempatan, perusahaan harus memastikan keberadaannya diingatan pelanggan dalam pasar sasaran. Karena itu, strategi *positioning* ini disebut *being strategy* atau strategi keberadaan. Dalam hal *positioning* produk Batik Tulis Kresno Aji Lasem

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

<sup>32</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, Manajemen Pemasaran, (Bandung: Yrama Widya, 2011), 293.

<sup>33</sup> Wawancara dengan Bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

memposisikan usahanya berbeda dengan yang lain dengan melakukan upaya-upaya variasi produk sesuai dengan perkembangan trend dan selera masyarakat.

Hal-hal yang membedakan antara Batik ini dengan Batik yang lain yaitu pada berbagai macam jenis motif dan kualitas serta pewarnaan dan pemilihan motif yang khas. Dalam pasar sasaran yang dipilih, hendaknya perusahaan melakukan positioning bagi produknya guna menghadapi persaingan. Agar dapat berhasil dalam suatu masyarakat yang over, perusahaan apapun harus menciptakan suatu posisi dalam bentuk atau pikiran prospeknya. Pikiran merupakan benteng terakhir melawan komunikasi sebagai tempat penyaring, menerima, menolak informasi yang ditawarkan, bila dibenak atau pikiran sudah terbentuk, maka sulit untuk meruntuhkannya.

Dengan demikian peranan positioning merupakan suatu sistem yang terorganisir dalam upaya menemukan sebuah celah di dalam pikiran atau benak seseorang. Sistem ini didasarkan konsep bahwa komunikasi bisa berfungsi dengan baik pada saat yang tepat, pada situasi yang tepat dalam pikiran orang.<sup>34</sup>

Strategi pemasaran merupakan variable yang dapat dikontrol oleh pemasaran dalam usaha memberi informasi dan mempengaruhi pelanggan. Dalam hal ini yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli yang terkait dengan strategi pemasaran adalah faktor produk, promosi dan harga. Misalnya dalam strategi pemasaran produk, diantara perusahaan harus dapat menampilkan hasil produksinya yang dapat memberikan sugesti pada pelanggan yaitu dengan adanya kualitas produk yang dimilikinya. Untuk promosi, perusahaan harus bisa mempromosikan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, faktor ini dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dan membeli suatu produk tertentu. Selain itu teori strategi pemasaran diatas, yang dilakukan Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah juga melihat dari beberapa hal sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), 294.

#### a. Starategi Pasar

Pasar adalah tempat bertemu antara penjual dan pembeli. Yang dimaksud dengan pasar merupakan tempat atau daerah yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk menentukan suatu harga. Oleh karena itu, Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam memproduksi suatu produk batik melihat terlebih dahulu dari kebutuhan pasar. Karena hal ini dapat memiliki kebutuhan, mempunyai sumber daya yang diminati orang atau pihak lain, dan bersedia menawarkan sumber daya tersebut untuk di tukar supaya dapat memenuhi keinginan mereka. Dengan adanya pemenuhan kebutuhan, maka Batik Tulis Kresno Aji Lasem melakukan produksi sesuai dengan target pemasaran yang ditentukan karena perhitungan perusahaan dalam memproduksi produk sebelumnya melihat keinginan pasar terlebih dahulu agar nantinya pemesanan tidak mengalami suatu kerugian yang besar.

#### b. Strategi produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminati, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan atau keinginan pasara yang bersangkutan.<sup>35</sup>

Dalam Batik Tulis Kresno Aji Lasem, untuk produk yang ditawarkan pada pasar atau konsumen sangat banyak sekali sehingga hal ini membuat pelanggan merasa ingin menikmati semua produk yang ada pada Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Produk-produk yang ada di Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang diproduksi adalah kain batik dan mempunyai banyak jenis motif batik.

Dalam produk baru, pada dasarnya bahwa proses pengembangan produk baru harus berasal dari penetapan seleksi strategi produk baru secara jelas.

---

9. <sup>35</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997),

Penetapan strategi ini sangat penting karena akan digunakan sebagai pedoman dasar dalam menentukan proses pengembangan dari setiap produk baru di dalam usaha mencapai tujuan pemasaran dan perusahaan secara keseluruhan.

Menurut penulis strategi pasar dan produk merupakan langkah konkrit dan tepat karena sebelum memproduksi barang harus memperhatikan peluang pasar dan barang apakah yang dibutuhkan dengan menjaga kualitas dari bahan yang digunakan.

c. Strategi penetapan harga

Harga merupakan jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa uang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Dalam menetapkan harga, Batik Tulis Kresno Aji Lasem sangat mempertimbangkan kebutuhan konsumen, artinya ketika konsumen membutuhkan produk yang banyak maka perusahaan memberikan suatu harga yang berbeda dengan yang lainnya, misalnya orang atau konsumen memesan barang produksi dengan jumlah yang banyak maka harganya akan dikurangi dengan atau konsumen membeli dengan satu barang saja. Selain itu juga dalam memberikan harga perusahaan menyesuaikan dengan kondisi pasar yang ada, artinya ketika semua bahan produksi naik, maka perusahaan menaikkan harga produksinya sesuai dengan kenaikan bahan produksi. Artinya adanya keseimbangan harga, agar konsumen tidak keberatan dalam membeli produknya.

d. Strategi distribusi

Distribusi sebagai himpunan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

Pada distribusi yang ada dalam Batik Tulis Kresno Aji Lasem yaitu melakukan distribusi secara langsung dan kerja sama dengan distributor walaupun itu masih dalam tingkat kecil seperti outlet. Hal ini dengan tujuan agar barang produksinya laku, cepat

dinikmati oleh konsumen dan lain sebagainya. Dengan demikian peran distribusi sebagai suatu aspek kegiatan pemasaran perusahaan di dalam usaha mendistribusikan barang atau jasa dari titik produsen ke konsumen akhir merupakan suatu kegiatan yang sangat penting.

Dari strategi-strategi yang ada di atas, dapat dipahami bahwa Batik Tulis Kresno Aji Lasem telah melakukan adanya strategi pemasaran yang ada, karena adanya strategi pemasaran yang dilakukan maka akan membuat usaha mengalami perkembangan.

Pada awalnya produk-produk yang dihasilkan oleh Batik Tulis Kresno Aji Lasem ini sendiri masih di pasarkan disekitarnya kota Lasem atau Rembang saja, namun seiring berjalannya waktu permintaan pasar mulai meningkat sehingga produk-produk yang di hasilkan kini sudah merambah keluar kota Rembang seperti Semarang, Solo, Malang dan Kalimantan.

#### e. Strategi Promosi

Promosi merupakan sebuah konsep yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan kepada public terutama konsumen secara mengenahi keberadaan produk dipasar. Kegiatan promosi juga merupakan kegiatan dalam penggunaan strategi dalam pemasaran produk untuk menarik minat pelanggan. Promosi yang dilakukan oleh Batik Tulis Kresno Aji Lasem melalui pameran dagang, bazaar, Fashion Show atau display. Untuk promosi perorangan dari kami mempromosikan produk melalui internet yaitu menawarkan produk lewat e-mail, facebook maupun Instagram. Karena dengan menggunakan e-mail, facebook dan instagram ini, kegiatan promosi kami berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan seluruh penjabaran yang ada peranan inovasi produk dan promosi dalam Batik Tulis kresno aji lasem rata-rata didasarkan pada pesanan pelanggan dan kebutuhan untuk mengangkat penjualan prodak yang mengalami penurunan. Dari data yang ada dapat dikatakan bahwa peranan inovasi produk yang selama ini

dilakukan oleh Batik Tulis krisno aji lasem cukup efektif dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Terbukti dengan berbagai inovasi motif yang ditawarkan, frekuensi pembelian konsumen atau penjualan terhadap Batik Tulis krisno aji lasem stabil dan memiliki pertumbuhan penjualan yang cenderung meningkat.

## **2. Analisis Data Tentang Kendala Yang Dihadapi Batik Tulis Kresno Aji Lasem Dalam Menggunakan Media Sosial Untuk Mendukung Inovasi Produk dan Promosi Penjualan Batik**

Dalam menerapkan strategi pemasaran produk maupun inovasi dengan menggunakan media sosial pasti kendala atau faktor-faktor yang dihadapi antaralain faktor internal dan eksternal.

### **1. Faktor Internal**

#### **a) Kreativitas Pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem**

Wirausaha tidak mudah merasa puas dengan hasil yang telah didapatkan. Mereka akan berupaya untuk mengembangkan produknya dari waktu ke waktu. Begitu juga yang dilakukan oleh wirausaha Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Mereka berusaha untuk meningkatkan kreativitas dalam ide desain motif batik, sehingga Batik Tulis Kresno Aji Lasem dapat dikenal oleh masyarakat kota Rembang bahkan ke berbagai kota di Indonesia.

Desain motif Batik Lasem terinspirasi dari kultur dan potensi Kabupaten Rembang, namun antar pengrajin berbeda dalam penerapan imajinasinya. Selain memperhatikan konsep budaya, trend mode yang sedang berkembang juga diperhatikan dalam menciptakan desain. Motif batik dengan ciri khas kultur dan potensi Lasem sebelumnya belum pernah dibuat dan tidak ada patokan yang jelas mengenai motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Oleh karena itu perlu sebuah ide yang mampu merumuskan apa yang disebut motif khas Lasem.

Mengenai kreativitas dalam mendapatkan ide desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem dari

hasil wawancara dengan informan yaitu Bapak Agit , dalam hal ini pemilik usaha sekaligus pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem, hasil pengamatan yang diperoleh oleh peneliti di lapangan dapat diuraikan sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### 1. Proses Pengumpulan Ide Desain Motif.

Untuk menghasilkan motif yang bervariasi, pengrajin harus mengembangkan ide atau gagasan baru bagi kelangsungan usahanya. Menurut pengrajin, pengembangan ide atau gagasan dilakukan secara cepat dan tepat, alasannya karena perkembangan pasar dan selera konsumen sangat dinamis. Artinya, motif yang dihasilkan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem harus sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga pengrajin selalu mencari dan membutuhkan ide-ide serta gagasan baru yang kreatif, dalam hal ini keanekaragaman motif menjadi kunci keberhasilan penerapan daya kreativitas pengrajin. Sumber dari ide-ide kreatif pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem adalah kultur dan potensi Kabupaten Rembang, yang berasal dari lingkungan sekitar pengrajin.

Maka kreativitas pengrajin untuk menciptakan motif-motif baru harus selalu dikembangkan, agar motif yang tercipta tidak monoton dan dapat memenuhi selera konsumen yang dinamis. Keanekaragaman motif yang berhasil diciptakan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem merupakan bukti bahwa daya kreativitas mereka telah meningkat dari waktu ke waktu.

#### 2. Pelatihan Daya kreativitas.

Setelah ide-ide kreatif tentang desain motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem didapatkan oleh pengrajin, langkah selanjutnya adalah melatih kreativitas tersebut dengan menggambar ide

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

pada sebuah kertas terlebih dahulu sebelum menggambarinya pada kain. Hal ini dilakukan oleh pengrajin untuk meminimalkan kesalahan saat menggambar pola pada kain dan memastikan apakah motif yang tercipta layak atau tidak untuk dijadikan motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Dengan sering menggambar, keterampilan pengrajin dalam menggambar pola pada kain juga akan meningkat. Tangan menjadi lebih luwes dan kemampuan otak untuk berfikir juga akan ikut berkembang.

b) Inovasi Pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem.

Motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem bila dilihat lebih lanjut adalah sebuah inovasi produk, dimana produk batik dengan motif biasa diberi sebuah inovasi, sehingga muncul sebuah produk batik baru dengan ciri khas kultur dan potensi Lasem. Motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem mempunyai keunikan dan kekhasan tersendiri yang tidak dimiliki daerah lain dan menjadi motif khas Kabupaten Rembang yang mengangkat berbagai kultur dan potensi Rembang.

1) Inovasi Terhadap Motif.

Inovasi tidak selalu berupa ide yang rumit, pengrajin dapat berinovasi dengan ide yang sudah ada. Hanya bagaimana seorang wirausaha mampu menambahkan atau mengkombinasikan dengan hal-hal yang baru, sehingga dapat menambah nilai guna dan menjaga kualitas produknya.

Bentuk inovasi yang dilakukan oleh Bapak Agit dari motif Batik Tulis Kresno Aji adalah dengan melakukan pengembangan motif dari yang sebelumnya sudah ada. Awalnya motif yang dibuat oleh Bapak Agit secara keseluruhan hanya bermotif kultur pesisir tanpa memberikan variasi lain. Motif pertama yang dibuat oleh Bapak Aji adalah motif kricak (pecahan batu). Dimana gambar yang diterapkan adalah gambar

batu kecil-kecil. Warna yang digunakan oleh beliau juga warna kalem.<sup>37</sup>

Dari data-data wawancara dengan pengrajin Batik Tulis Kresno Aji menunjukkan bahwa terdapat inovasi-inovasi terhadap motif Batik yang dihasilkan oleh pengrajin. Inovasi yang pertama berupa inovasi pada desain gambar kain batik. Awalnya desain gambar yang digunakan pengrajin Batik Tulis Kresno Aji masih jarang atau hanya bermotif kultur Lasem tanpa kombinasi motif lain. Setelah mengikuti pameran, Bapak Agit mengetahui bahwa motif yang banyak dicari oleh pembeli adalah motif yang lebih bervariasi. Sedangkan inovasi yang kedua berupa inovasi warna kain batik. Warna kain batik saat pertama kali dibuat oleh pengrajin adalah warna kalem. Akan tetapi setelah dipasarkan pembeli cenderung mencari kain batik dengan warna yang cerah bahkan mencolok. Karena keinginan konsumen, pengrajin mulai berinovasi dengan kain batik yang awalnya berwarna kalem menjadi berwarna cerah.

Jadi inovasi terhadap motif yang dilakukan oleh pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem disebabkan oleh keinginan konsumen. Karena keinginan konsumen yang dinamis, membuat pengrajin selalu berinovasi terhadap motif-motif Batik Tulis Kresno Aji Lasem, agar dapat menghasilkan motif kain batik yang lebih bervariasi sehingga konsumen tidak merasa bosan.

## 2) Inovasi Terhadap Promosi Penjualan Produk.

Inovasi terhadap promosi penjualan produk, berhubungan dengan bagaimana memperkenalkan Batik Tulis Kresno Aji Lasem kepada masyarakat, agar produk dapat terjual

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan bapak Agit, selaku Pemilik Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB

dan membawa berkah dari Allah SWT. Promosi memiliki peranan yang sangat penting bagi berlangsungnya usaha. Sebaik apapun barang yang dijual, jika tidak dikenal oleh masyarakat tidak akan laku. Promosi yang dilakukan tidak boleh mengandung penipuan. Pembeli sering tertipu karena melihat tampilan luar atau kemasan yang menawan. Padahal jika dibuka, isinya jauh berbeda dari yang digambarkan. Promosi seperti ini akan merugikan pelakunya sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara, pengrajin Batik Tulis Kresno Aji menggunakan dua metode dalam mempromosikan penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem. Metode yang pertama adalah metode penjualan tatap muka atau face to face, dan metode yang kedua adalah promosi tidak langsung atau dengan media. Metode tatap muka atau face to face, dilakukan dengan cara menawarkan langsung produknya kepada konsumen. Promosi seperti ini dilakukan oleh ibu Kresno dengan membuka toko di Kecamatan Lasem, selain itu beliau juga aktif menawarkan produknya ke rumah-rumah, pasar, instansi-instansi pemerintahan, baik negeri maupun swasta, koperasi, dan juga melalui pameran di berbagai kota.

## 2. Faktor Eksternal

### a) Kebijakan Pemerintah

Selain kreativitas dan inovasi pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang menyebabkan naiknya volume penjualan, adanya kebijakan pemerintah untuk mengenakan Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada hari-hari tertentu untuk pegawai negeri maupun swasta juga menyebabkan naiknya volume penjualan.

Dengan adanya kebijakan-kebijakan pemerintah ini membuat penjualan Batik Tulis Kresno Aji terus meningkat dari waktu ke waktu.

#### b) Persaingan Pasar

Faktor penyebab naiknya volume penjualan juga disebabkan adanya persaingan pasar yang memperhatikan selera konsumen. Jadi Batik Tulis Kresno Aji Lasem tidak hanya dikenakan untuk instansi, tetapi juga masyarakat umum. Memperhatikan hal ini, pengrajin berusaha meningkatkan kualitas Batik Tulis Kresno Aji Lasem agar semakin banyak masyarakat yang membeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Badrudin, beliau membeli batik selain dikarenakan oleh aturan daerah, beliau juga membeli karena tertarik terhadap motif dari Batik Tulis Kresno Aji Lasem itu sendiri dan harga yang terjangkau.<sup>38</sup>

Selain meningkatkan kualitas produk, pelayanan terhadap konsumen juga harus diperhatikan. Agar konsumen melakukan pembelian ulang karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penjual. Dengan begitu, akan terjadi bubungan berkelanjutan dengan konsumen tersebut.

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan bapak Badrudin, selaku pelanggan Batik Tulis Kresno Aji Lasem pada Tanggal 11 Januari 2019 Pukul 12.21 WIB