REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Batik Tulis Sekar Arum Milik Bu Hartatik

Kata batik berasal dari bahasa *Jawa* yaitu "*amba*" yang berarti luas, dan "*tik*" atau "*nitik*" yang berarti menggambar. Batik merupakan warisan budaya nenek moyang yang bersifat turun temurun yang harus dilestarikan sehingga kadang kala suatu motif dapat dikenali berasal dari batik daerah tertentu. Selain dilihat dari keindahan bentuk dan coraknya, ternyata batik juga menyimpan nilai filosofi yang tinggi. Filosofi motif batik ini sangat berkaitan erat dengan kebudayaan Jawa.

Kabupaten Pati memiliki banyak sekali sentra industri batik khususnya di Desa Bakaran. Salah satunya adalah Batik Tulis Sekar Arum milik Bu Hartatik di Desa Bakaran. Desa Bakaran merupakan salah satu desa di Kecamatan Juwana, Pati, Jawa Tengah. Desa Bakaran merupakan sebuah desa terpencil di bagian timur Kota Pati.

Batik Tulis Sekar Arum Bu Hartatik merupakan usaha yang berbasis *Home Industry*. Ibu Hartatik adalah seorang warga Desa Bakaran Kulon, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati yang merupakan seorang pengrajin batik tulis. Industri Batik Tulis Sekar Arum ini berdiri sejak tahun 2007. Pada awalnya Ibu Hartatik dan suaminya menjadi salah satu panitia dalam kegiatan pelatihan dari PNPM pada tahun 2005. Pada zaman pemerintahan Pak SBY itu semboyan nya satu desa satu produk, memperdayakan produksi daerah unggulan setempat, sedangkan di Bakaran melestarikan batik bakaran itu sendiri dari nenek moyang desa ini. Dulu ibu sebagai karyawan pembatik di salah satu keluarga ibu. Dalam kegiatan itu, minat warga sangat sedikit lantaran kesibukan banyak hal. sehingga Ibu yang semula hanya menjadi karyawan di keluarga sendiri. Dari kerja pengalaman situlah ibu mulai tertarik untuk mengembangkan minat pada batik tulis sekaligus membantu pengembangan desa Bakaran. Setelah itu saya mencoba-coba menghasilkan batik buatan sendiri sehingga tetangga mulai tertarik dan akhirnya saya membuka usaha ini sampai sekarang.

Pada awal tahun 2012, ada sebuah lomba membuat motif batik di beberapa daerah, dan ibu nekat mengikuti lomba

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tersebut. Padahal, Ibu Hartatik hanya mendapatkan bekal dari pelatihan beberapa tahun yang lalu tetapi beliau nekat untuk mengikutinya. Inspirasi membuat Batik Bakaran disana, beliau juga mendapatkan pengalaman motif batik tulis luar daerah. Dari situlah beliau iseng membuat motif batik luaran daerah, maka dari itu selain memproduksi Batik Bakaran sendiri Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi 5 motif batik luar daerah, yaitu Batik Pekalongan, Batik Yogyakarta, Batik Solo, Batik Semarang, dan Batik Kudus.[1]

Dari sinilah usaha Batik Tulis Sekar Arum mulai berkembang dan dirintis. Hingga saat ini Batik Tulus Sekar Arum ini mulai diproduksi dan dipasarkan. Industri batik tulis ini didirikan dengan tujuan membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar yang membutuhkan pekerjaan serta untuk membantu perkembangan desa Bakaran.

2. Visi, Misi dan Tujuan

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan Batik Tulis Sekar Arum milik Bu Hartatik adalah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi perusahaan supplier Batik Tulis Sekar Arum yang eksklusif dan berkualitas. Selain itu, mampu bersaing dan dikenal oleh masyarakat baik dalam negri maupun luar negri.

b. Misi

Melestarikan batik sebagai warisan budaya bangsa khususnya bagi daerah Bakaran yang wajib dijaga dan dikembangkan serta digemari berbagai lapisan masyarakat.

c. Tujuan

Terwujudnya minat masyarakat terhadap budaya batik yang dapat mengembangkan dan membudidayakan batik.

3. Struktur Organisasi

Batik Tulis Sekar Arum merupakan perusahaan perseorangan sehingga struktur organisasinya masih relatif sederhana. Sistem kerja di batik tulis ini hanyalah atasan dan bawahan. Akan tetapi, pembagian tugas dari masing-masing karyawan tetap diperhatikan. Dari pengorganisasian itu, setiap karyawan bertanggungjawanb saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan usaha batik tersebut.

[1] Hartatik, wawancara oleh penulis, 08 Januari 2021, wawancara 1, transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Batik Tulis Bakaran (Studi Kasus Pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum)" bertujuan guna untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang dilaksanakan UMKM Batik Tulis Sekar Arum untuk meningkatkan daya saingnya. Seperti yang ada dalam rumusan masalah, maka peneliti akan membahas tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing serta faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saingnya. Oleh karena itu, untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk menjawab suatu permasalahan, maka peneliti harus melaksanakan observasi langsung di rumah UMKM Batik Tulis Sekar Arum dan melaksanakan wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan. Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara langsung kepada pihak yang terkait yakni :

1. Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang harus dilestarikan. Kekayaan kain Nusantara ini menyebar di pedalaman Indonesia. Batik merupakan salah satu harta pusaka kebudayaan Indonesia terdiri dari bermacam jenis sesuai dengan daerah asal batiknya. Batik merupakan bagian dari produk tekstil yang dimanfaatkan untuk merebut pasar pakaian di dunia. Potensi di perdagangan pakaian dunia saat ini mencapai 442 miliar dolar AS sehingga memberikan peluang besar bagi industri ini.

Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik merupakan salah satu usaha batik tulis berbasis *Home Industry* di desa Bakaran yang terbilang cukup muda dengan yang lainnya dalam usaha produksi batik tulis disini. Melihat umur usaha batik tulis ini tentunya masih banyak hambatan yang dihadapi seperti kurangnya modal, promosi yang kurang maksimal serta persaingan usaha batik tulis di Bakaran semakin bertambahnya tahun semakin ketat.[2]

Menjadi perusahaan batik tulis berbasis Home Industry yang sukses merupakan impian semua pelaku usaha yang tidak lain juga impian besar yang diharapkan Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik. Untuk mewujudkan impian

[2] Hartatik, Wawancara oleh penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

itu tentunya bukan hal yang sangat mudah bagi Batik Tulis Sekar Arum. Batik Tulis Sekar Arum dalam memasarkan produknya mengalami banyak persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, kesuksesan suatu usaha dapat dilihat dari kekuatan suatu perusahaan dalam membaca keinginan konsumen dengan cara menawarkan produk yang istimewa dan unik yang pastinya tidak dimiliki oleh pesaing di pasar. Maka dari itu untuk menghadapi ketatnya persaingan dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat digunakan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan setiap tahunnya serta meningkatkan daya saing perusahaan sesuai dengan yang diharapakan perusahaan.

Untuk mewujudkan mimpi dalam meningkatkan daya saing perusahaan, owner Batik Tulis Sekar Arum, Ibu Hartatik membagi beberapa strategi untuk memasarkan produknya dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran dari strategi segmentasi pasar *(segmentation)*, strategi penentuan pasar sasaran *(targeting)*, dan strategi posisi pasar *(positioning)*. Selain itu, dengan mengembangkan bauran pemasaran *(marketing mix)* antara lain ada 4 unsur yakni produk (*product)*, harga *(price)*, tempat *(place)*, dan promosi *(promotion)*.

a. Strategi segmentasi pasar *(segmentation)*

Segmentasi pasar sangat dibutuhkan dalam pencapaian pasar sasaran, karena adanya segmentasi pasar itu memperlancar proses pemasaran untuk lebih fokus sehingga sumber daya perusahaan dapat digunakan secara efektif dan efisien. *Segmentasi* merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar yang berubah-ubah, baik segmentasi geografis, demografis, psikografi, dan perilaku.

Berdasarkan hasil observasi penelitian di lapangan, pertama yang dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum adalah melakukan segmentasi pasar. Segmentasi Batik Tulis Sekar Arum difokuskan semua konsumen di berbagai kalangan mulai kalangan usia muda sampai tua, kalangan bawah, menengah sampai kalangan atas, serta jenis kelamin konsumen tersebut. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum juga memfokuskan konsumen dari suatu institusi, organisasi, maupun komunitas. Dari hasil pengamatan observasi di lapangan, ada beberapa kriteria-

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

kriteria yang diperlukam dalam mensegmentasi pasar ini, antara lain :[3]

a) Segmentasi geografis

Segmentasi geografis Batik Tulis Sekar Arum Ibu Hartatik ini datang dari berbagai lokasi yakni dari negara, kabupaten, kecamatan, maupun lingkungan sekitar. Berdasarkan wawancara langsung dengan pemilik Batik Tulis Sekar Arum, Batik Tulis Ibu Hartatik ini tidak hanya pelanggan atau konsumen dari desa Bakaran, melainkan juga konsumen dari daerah-daerah lain. Konsumen di Batik Tulis Sekar Arum ini juga tidak hanya datang dari dalam negeri, tetapi ada pula pembeli yang datang dari luar negeri yakni dari Swiss dan Spanyol. Selain itu, ada juga pembeli yang datang dari berbagi instansi atau lembaga-lembaga seperti halnya lembaga pendidikan dan lembaga pemerintahan desa.[4]

b) Segmentasi demografis

Secara demografis Batik Tulis Sekar Arum segmentasi pasarnya adalah konsumen yang tidak ada batasan baik usia, penghasilan, serta kelas sosial. Batik Tulis Sekar Arum ini memiliki ciri khas dengan desain tersendiri. Ciri khas dari desain motif Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini, selain memproduksi desain motif Batik Bakaran tetapi di Batik Tulis ini juga mampu memproduksi 5 motif desain dari luar daerah yakni Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus sehingga batik tulis disini bisa dipakai semua umur, baik dari yang muda sampai tua. Batik ini juga menawarkan harga yang relatif terjangkau. Keistimewaan dari batik tulis ini dapat melayani permintaan batik dari konsumen mulai harga yang rendah serta terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Oleh karena itu, disini konsumen dari kelas apapun bisa sangat membelinya.[5]

[3] Hasil Observasi Di UMKM Batik Tulis Sekar Arum Ibu Hartatik, pada hari Jumat tanggal 08 Januari 2021, pukul 09.00 WIB.

[4] Hartatik, Wawancara oleh penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

[5] Hasil Observasi pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum Bu Hartatik, Pada Hari Jumat 08 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

c) Segmentasi psikografis

Dalam segmentasi psikografis Batik Tulis Sekar Arum membidik konsumen yang ingin memakai pakaian batik dan paham akan makna batik sebagai keindahan dan warisan budaya yang harus dilestarikan. Konsumen yang dibidik merupakan konsumen yang ingin memakai batik sebagai pakaian perorangan atau seragam untuk keluarga maupun seragam bagi organisasi atau instansi-instansinya.[6]

d) Segmentasi perilaku

Konsumen Batik Tulis Sekar Arum memang ada konsumen yang telah mengetahui tentang produk batik tulis yang dihasilkan, karena sebelumnya konsumen itu pernah datang dan membeli produk dari Batik Tulis Sekar Arum, sehingga telah mengetahui kualitas dan kenyamanan pada saat menggunakan produk batik dari Batik Tulis Sekar Arum.

b. Startegi penentuan pasar sasaran *(Targeting*)

Tahap berikutnya adalah tahap *Targeting.* Didalam tahap ini Batik Tulis Sekar Arum melayani semua segmen konsumen yang tentunya telah sesuai dengan strategi pemasaran yang sudah terorganisir dan terencana. Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, perlu dilakukan penyesuaian pada pasar sasaran, agar penjualan menjadi tepat sasaran. Batik Tulis Sekar Arum tidak ada pengkhususan terhadap konsumen akan tetapi, Batik Tulis Sekar Arum memfokuskan untuk semua kalangan mulai kawula muda sampai tua, umat muslim maupun non muslim, serta dari semua kelas sosial dari kalangan bawah sampai kalangan atas.

Marketing syariah mentargetkan produk yang ditawarkan untuk mengevaluasi reaksi pasar dengan keperluan dasar, kesanggupan daya beli, serta keterikatan yang dimiliki tidak membedakan antara suku, ras, usia maupun agama. Dari hasil observasi peneliti di lapangan, tentunya sama dengan target pemasaran yang telah dilakukan di Batik Tulis Sekar Arum. Karena, Batik Tulis Sekar Arum ini memfokuskan produknya untuk semua kalangan, tanpa batasan usia dan jenis kelamin.

[6] Hartatik, Wawancara oleh Penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Produk batik tulis ini bukan hanya untuk kaum muslim akan tetapi non muslim pun turut menjadi target pemasaran produkya asal sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah diajarkan. Oleh karena itu, telah disimpulkan bahwa *targeting* di Batik Tulis Sekar Arum yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis syariah menurut ajaran Islam. Hal ini karena tidak ada perbedaan antara konsumen satu dengan yang lain.[7]

c. Strategi posisi pasar *(Positioning)*

Hasil observasi peneliti di lapangan, bahwa Batik Tulis Sekar Arum menunjukkan salah satu usaha batik yang memberikan solusi yang baik bagi batik yang digunakan untuk seragam perorangan maupun batik seragam institusi, organisasi serta komunitas dengan memberikan kualitas yang baik. Didalam Batik Tulis Sekar Arum melayani permintaan konsumen dari harga murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Meskipun harga batik tulis ada yang murah dan ada yang mahal, akan tetapi disini tetap menjaga kualitasnya sehingga produknya sudah diakui oleh masyarakat. Pernyataan ini telah dibuktikan dengan banyaknya pembeli yang sudah loyal yang selalu ingin membeli lagi karena sudah mengetahui kualitas produk yang dihasilkan telah sesuai apa yang diharapkan mereka serta tidak pernah mengecewakan pembeli.[8]

Dalam membangun *brand* imagenya Batik Tulis Sekar Arum ini mengedepankan kualitas yang bermutu tinggi untuk semua produk batik tulisnya serta menunjukkan ke khasan dari produk yang dimilikinya. *Positioning* merupakan upaya untuk menciptakan produk agar dapat diterima dan diminati oleh para konsumen.[9] Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik merupakan batik tulis yang sudah menunjukkan ke khasan motif dari desa Bakaran sendiri yakni motif Blebak Lung, Blebak Kopi, Blebak Urang, Kopi Pecah, Blebak Duri, Gringsing, Limaran, Sido Rukun, Gandrung, Manggaran,

[7] Hasil Observasi pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Jumat 08 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[8] Hasil Observasi pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Jumat 08 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[9] Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen strategi Pemasaran*, (Bandung:CV Pustaka Setia,2015), 68.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Padas Gempal, Bregat Ireng, Kedele Kecer, Merak Ngigel, Rawan, Magel Ati, Liris, Nam Tikar, Sido Mukti, Truntum, Puspo Baskoro, dan Ungkel Canthel. Dari motif tersebut, merupakan motif klasik yang merupakan warisan dari nenek moyang desa Bakaran, Batik Tulis Sekar Arum juga ikut berperan dalam melestarikan salah satu budaya Indonesia yakni Batik Tulis. Selain memproduksi batik Bakaran sendiri Batik Tulis Sekar Arum juga mampu menghasilkan motif kontemporer, artinya tidak terpaku pada daerah tertentu melainkan mampu memproduksi 5 motif batik tulis luar daerah yakni motif batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang dan Kudus.

Selain menggunakan perumusan strategi pemasaran di atas, Batik Tulis Sekar Arum juga mengembangkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yang terdiri dari 4 unsur yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Berikut ini adalah uraian tentang strategi pemasaran *marketing mix* Batik Tulis Sekar Arum :[10]

a. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dan dikonsumsi baik berupa barang atau jasa yang diperjual belikan sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.[11] Setiap produk yang dihasilkan oleh produsen tidak selalu mendapat respon baik dari konsumen. Maka dari itu, untuk mengantisipasi hal tersebut diperlukan strategi-strategi yang tepat bagi produsen. Strategi yang telah dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik adalah dengan cara menawarkan produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau serta menawarkan ke khasan yang dimiliki oleh batik tulisnya. Strategi itu sangat menguntungkan apabila dilakukan. Karena suatu perusahaan apabila selalu menjaga kualitas dan menunjukkan keunikan dari produk yang dihasilkan, tentunya akan memberikan

[10] Hasil Observasi pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Jumat 08 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[11] Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep,Strategi,Dan Kasus* ,(Yogyakarta:CAPS,2012), 69.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

citra yang baik bagi pelanggan sehingga dapat menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan pemilik Batik Tulis Sekar Arum, produk batik tulis yang dihasilkan Ibu Hartatik disini mempunyai kualitas yang tinggi serta ciri khas tersendiri dibandingkan dengan industri batik yang lain. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum menghasilkan kualitas dan mutu dengan baik, karena usaha Batik Tulis Sekar Arum disini sangat memperhatikan kualitas dan mutu suatu produk. Adapaun salah satu dan ciri khas yang dimiliki Batik Tulis Sekar Arum adalah selain memproduksi semua motif desain Batik Bakaran, akan tetapi di batik tulis ini juga mampu memproduksi 5 motif desain batik dari luar daerah yakni Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum juga mempunyai nilai lebih dari produk yang dihasilkan. Tidak hanya menawarkan produk dengan ciri khas tersendiri melainkan semua batik buatan Ibu Hartatik ini dibuat dengan cara manual (tulis tangan). Sehingga dapat memberikan suatu karya batik dengan nilai seni yang sangat tinggi.[12]

Ada 22 motif buatan Ibu Hartatik dari Desa Bakaran sendiri yakni motif Blebak Lung, Blebak Kopi, Blebak Urang, Kopi Pecah, Blebak Duri, Gringsing, Limaran, Sido Rukun, Gandrung, Manggaran, Padas Gempal, Bregat Ireng, Kedele Kecer, Merak Ngigel, Rawan, Magel Ati, Liris, Nam Tikar, Sido Mukti, Truntum, Puspo Baskoro, dan Ungkel Canthel. Dari semua desain motif batik Bakaran yang terkenal dengan ciri khasnya adalah motif Blebak Urang, karena motif ini merupakan motif khas yang terinspirasi dari penghasilan lautan dan tambak seorang nelayan disana, karena sebagian besar warga di Bakaran ini seorang nelayan, yang masing-masing motif batik ini sebagai ke khasan lokal hasil bumi lautan seorang nelayan di Kecamatan Juwana. Dari motif-motif tersebut yang

[12] Hartatik, Wawancara oleh Penulis 08 Januari 20201 Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

paling dikenal dan yang paling diminati oleh pelanggan adalah motif batik Blebak Urang, sehingga batik motif Blebak Urang dijadikan sebagai Batik khas dari Juwana. Selain itu, semua motif disini baik motif Bakaran maupun luar daerah sama saja pemintanya sangat banyak.[13]

Selain menjual kain batik tulis, Ibu Hartatik juga melakukan inovasi produk yang dijualnya. Bu Hartatik menjual sarung batik tulis dan jarik batik tulis. Batik Tulis Sekar Arum menjual produk dengan motif yang telah jadi sebagai pajangan untuk konsumen yang ingin membeli. Akan tetapi, Bu Hartatik ini juga menerima pesanan motif sesuai dengan keinginan konsumen, terkadang ada konsumen yang pengen motif ramai yang telah membawa desain hasil motif batik sendiri. Hal ini sangat mendukung perkembangan Batik Tulis Sekar Arum adalah dengan cara terus mengikuti pelatihan-pelatihan guna meningkatkan kualitas produknya serta untuk melakukan inovasi produknya.[14]

Proses pembuatan batik disini di desain dan digambar secara manual dengan tangan yang diproduksi sesuai pesanan. membutuhkan waktu kurang lebih satu sampai tiga minggu untuk memproduksi pesanan tergantung banyaknya pesanan dan kerumitan proses produksi serta kecepatan tangan pekerja. Adapun Proses pembuatan batik antara lain:[15]

1. Nyoret (Melukis Pola Batik Menggunakan Pensil)

   Nyoret merupakan tahap awal untuk menggambar pola batik pada kain yang siap yang dibatik dengan pensil. Pada proses pembuatan batik tulis, pola ini biasanya dibuat langsung pada kain dan bisa juga menyalin dari pola yang sudah ada. Di tahap ini bisa membuat berbagai macam motif desain batik sesuai dengan kreatifitas.

[13] Hartatik, Wawancara oleh Penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.
[14] Hartatik, Wawancara oleh Penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.
[15] Siti Rofi'ah, Wawancara oleh Penulis 22 Januari 2021, Wawancara 2, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Nglowong (Melukis Pola Batik Menggunakan Lilin atau Malam)

   Selanjutnya kain tersebut membuat pola garis kain dengan menggunakan lilin atau malam yang sudah dicairkan. Dalam tahap ini membutuhkan canting klowong sebagai alat bantu untuk memindahkan malam ke kain tersebut.

3. Membuat Isen-isen

   Isen-isen dibedakan menjadi dua yakni "cecek" dan "sawut". Cecek merupakan titik-titik kecil yang membentuk sebuah ornamen. Sedangkan sawut merupakan garis yang diulang-ulang untuk menutup sebuah ornamen yang nantinya akan diberi pewarnaan.

4. Nembok

   Nembok merupakan proses membatik yang dilakukan untuk menutupi bagian putih dari kain mori dengan menggunakan lilin atau malam yang sudah dicairkan.

5. Medel

   Medel merupakan tahap pencelupan kain yang sudah dibatik ke cairan warna secara berulang hingga mendapatkan warna yang diinginkan.

6. Ngerok

   Malam pada kain mori dikerok dengan lempengan logam dan dibilas dengan air bersih, kemudian diangin-anginkan sampai kering.

7. Mbironi

   Mbironi merupakan tahap menutup warna dengan isen pola beeupa titik-titik dengan malam.

8. Menyoga

   Menyoga merupakan tahap pencelupan kain untuk memberi warna yang diinginkan pada bagian-bagian yang tidak ditutup ole malam

9. Nglorod

   Nglorod merupakan tahap menghilangkan malam dengan memasukkan kain kedalam air mendidih yang sudah dicampuri bahan untuk mempermudah lepasnya

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

lilin. Kemudian dibilas dengan air bersih dan diangin-anginkan. Setelah semua tahapan selesai, tahap terakhir yaitu mencuci kain batik tulis dan menjemurnya sampai kering. Proses pembuatan batik tersebut dapat memakan waktu satu sampai tiga minggu atau lebih tergantung dari banyaknya pesanan dan kecepatan tangan pekerja.

b. Harga

Dalam strategi pemasaran, harga merupakan bagian terpenting suatu produk atau jasa. Harga jual batik di Batik Tulis Sekar Arum ini berbeda dengan harga batik tulis lain. Harga jual produk Batik Tulis Sekar Arum lebih dikenal terjangkau dibandingkan dengan harga batik tulis yang beredar di pasaran.[16] Meski demikian, Batik Tulis milik Ibu Hartatik selalu mengutamakan kualitas dan kepuasan konsumen. Batik Tulis Sekar Arum menawarkan harga dari yang relatif murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Harga batik tulis mahal ataupun yang murah disamakan kualitasnya, karena batik tulis ini selalu mengutamakan kualitas dan tidak mengurangi kualitas. Dengan menentukan harga seperti itu, baik harga batik tulis dari harga yang murah dan relatif terjangkau sampai dengan harga yang mahal kualitasnya dipersamakan. Pemilik Batik Tulis Sekar Arum, Ibu Hartatik berharap konsumen mengetahui perbedaan harga jual serta kualitas yang dimiliki pada batik tulis disini dan batik tulis yang lain. Sehingga dapat meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan minat beli konsumen yang membeli produk Batik Tulis Sekar Arum.

Berdasarkan hasil wawancara langsung peneliti dengan Ibu Hartatik, beliau menyatakan dalam menentukan harga Batik Tulis Sekar Arum sangat memperhatikan kualitas dan selalu mempertahankan kualitas baik harga yang murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Selain kualitas

[16] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Jumat 08 Januari 2021, Pukul 10.10 WIB.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

batiknya, Ibu Hartatik juga memperhatikan mutu produknya. Harga batik tulis ini ditentukan berdasarkan dari desain motif batiknya, baik dari bahan bakunya dan tingkat kesulitan produksinya yang diinginkan konsumen.

Satu lembar Batik Tulis Sekar Arum memberikan harga dari Rp. 100.000 sampai Rp. 800.000. Harga batik tulis yang mahal ataupun murah tergantung dalam proses produksinya, jenis kain morinya, kerumitan motif, serta kualitas dalam pewarnaan berbeda-beda. Semakin sulit dan rumit desain motifnya dan semakin bagus kualitas kain serta pewarnaan dalam batik, maka harga yang ditawarkan semakin mahal. Meskipun harga yang telah ditawarkan mahal, akan tetapi harga di batik tulis ini tetap terjangkau dengan batik tulis yang lain.[17]

c. Tempat dan Distribusi

Distribusi atau *place* merupakan salah satu kunci untuk strategi pemasaran yang efektif dan efisisien. *Place* merupakan lokasi yang digunakan untuk tempat usaha yang digjalankan oleh perusahaan. Perusahaan harus mempunyai tempat usaha yang strategis dan tepat sehingga mempunyai potensi untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Lokasi Batik Tulis Sekar Arum ini terletak di desa Bakaran Kulon Kecamatan Juwana. Berdasarkan hasil observasi langsung peneliti di lapangan, lokasi Batik Tulis Sekar Arum ini kurang strategis dan efisien. Hal ini dikarenakan lokasi batik tulis ini bukan akses jalan utama Jl Tayu-Juwana sehingga konsumen agak kesulitan untuk menjangkau lokasi batik tulis ini.

Berdasarkan hasil observasi langsung peneliti di lapangan, untuk tempat memproduksi batik tulis ini masih terkendala pada masalah, Batik Tulis Sekar Arum ini belum memiliki galeri batik yang memadai, tempat produksinya mulai dari pewarnaan, sampai penjemuran batik yang masih dilakukan bersamaan

[17] Hartatik, Wawancara oleh Penulis tanggal 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dihalaman depan rumah dan tempat parkir pemilik, juga alat-alat produksi yang kurang memadai. Selain itu, untuk proses nglorod dilakukan didalam dapur rumah pemilik yang kurang efisien.[18]

Saluran distribusi merupakan aktivitas kegiatan perusahaan yang membuat sebuah proses kegiatan penyaluran suatu barang atau jasa untuk dipakai atau dikonsumsi oleh para konsumen. Berdasarkan hasil wawancara langsung peneliti kepada salah satu karyawan yang di Batik Tulis Sekar Arum, sebagian besar produk Batik Tulis Sekar Arum dijual secara *pre-order,* dan memproduksi stok untuk dipajang dirumah sebagai contoh batik tulis yang akan dipilih konsumen. Untuk menghasilkan batik tulis tersebut membutuhkan waktu yang kurang lebih satu atau tiga minggu untuk memproduksi sesuai pesanan, tergantung banyaknya pesanan serta kesulitan dan kerumitan proses produksi dengan kecepatan tangan karyawan di Batik Tulis Sekar Arum ini.[19]

d. Promosi

Agar suatu produk Batik Tulis Sekar Arum banyak diminati masyarakat, maka masyarakat harus mengetahui tentang ke khasan dan keunikan suatu produk. Hal ini dilakukan Batik Tulis Sekar Arum untuk memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat adalah dengan cara melakukan promosi. Promosi di Batik Tulis Sekar Arum pada awalnya dulu melakukan promosi dari mulut ke mulut *(mouth of mouth).* Pemilik usaha Batik Tulis Sekar Arum, Ibu Hartatik memasarkan produk batiknya mulai dari teman-teman, tetangga. Dari Juwana, peminatnya juga sudah sampai di daerah-daerah lain. Selain itu, pesanan juga datang dari luar daerah maupun luar negri yakni Swiss dan Spanyol.[20]

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan pada salah satu pelanggan Batik Tulis Sekar Arum,

[18] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[19] Siti Rofi'ah, Wawancara oleh Penulis 22 Januari 2021, Wawancara 2, Transkip.

[20] Hartatik, Wawancara oleh Penulis tanggal 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pelanggan tersebut ternyata mengetahui Batik Tulis Sekar Arum dari temannya yang sudah menjadi pelanggan loyal dari Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik.[21] Maka dari itu tidak salah apabila Ibu Hartatik melakukan strategi promosinya *mouth of mouth.* Karena didalam lingkungan desa strategi ini dinilai lebih efektif apabila dilakukam.

Selain melakukan strategi promosi tersebut, Batik Tulis Sekar Arum melakukan promosi di berbagai acara pameran dan *workshop* atau *event-event* serta seminar pada acara-acara tertentu untuk mendukung promosi Batik Tulis Sekar Arum. Tidak hanya itu, Batik Tulis Sekar Arum juga bekerja sama dengan lembaga-lembaga Desa Bakaran, yakni lembaga pendidikan dan lembaga pemerintahan desa.[22]

Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, selain itu untuk mempertahankan Batik Tulis Sekar Arum unggul dalam kegiatan memasarkan produk agar tetap bertahan didalam ketatnya persaingan, Batik Tulis Sekar Arum berinisiatif untuk melakukan strategi promosi batik tulisnya secara online. Hal itu karena kita sudah hidup di era digital yang canggih, oleh karena itu strategi promosi yang dilakukan ini sangatlah tepat karena media sosial sebagai tempat seseorang yang lebih banyak bertemu dan berbicara lewat dunia maya. Sarana promosi yang dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum adalah dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk melakukan strategi promosi. Pemilik usaha Batik Tulis Sekar Arum, Ibu Hartatik memanfaatkan akun media sosialnya seperti instagram dan facebook.

Selain pemilik usaha, anak Ibu Hartatik, karyawan-karyawan serta keluarga besar juga ikut serta untuk melakukan promosi tersebut. Dengan demikian, penjualan BatiK Tulis Sekar Arum ini sampai menembus ke luar Negri khususnya Swiss

[21] Isnaini, Wawancara Oleh Penulis tanggal 05 Februari 2021, Wawancara 3, Transkip.

[22] Hartatik, Wawancara oleh Penulis tanggal 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dan Spanyol. Ternyata disana juga banyak peminat dengan Batik Tulis Sekar Arum. Sekarang, Batik Tulis Sekar Arum ini dibanjiri pesanan. Itupun belum lagi ada pesanan yang datang dari sebuah instansi dalam jumlah yang cukup besar.

2. Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti langsung, Batik Tulis Sekar Arum ini mampu menghasilkan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang ditawarkan ke konsumen, yakni Batik Tulis milik Ibu Hartatik ini selain memproduksi atau menghasilkan semua desain motif Batik Bakaran sendiri, melainkan di Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi desain motif Batik dari luar daerah, yaitu Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus. Selain itu, batik tulis disini selalu memperhatikan dan mempertahankan kualitas batik tulis dari harga yang murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Batik Tulis Sekar Arum sama sekali tidak mengurangi kualitas baik harga yang murah atau mahal, karena semua kualitasnya disamakan. Harga batik tulis disini terkenal relatif murah dan terjangkau dibandingkan dengan harga batik tulis yang lain. Oleh karena itu, pemilik usaha Ibu Hartatik berharap konsumen mengetahui akan perbandingan tentang harga yang relatif murah dan terjangkau kualitasnya di Batik Tulis Sekar Arum dengan harga serta kualitas di batik tulis yang lainnya.[23]

Batik Tulis Sekar Arum bahwa produk yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang baik tidak ada satupun bahan baku yang terlarang oleh agama Islam. Mengenai tempat aktivitas produksinya yaitu dilakukan ditempat yang bersih. Selain itu, dalam berkomunikasi dan berhubungan dengan konsumen, Ibu Hartatik selalu bersikap ramah tamah terhadap semua konsumennya. Dalam memasarkan hasil produknya, Ibu Hartatik selau menerapkan nilai kejujuran dan keterbukaan akan hasil produk batik tulisnya. Ibu Hartatik selalu berbicara apa adanya dan tidak pernah melebih-lebihkan tentang produk yang dijualnya.[24]

[23] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[24] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing

Adapun hasil wawancara peneliti dilapangan terkait hal mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di Batik Tulis Sekar Arum adalah sebagai berikut :[25]

a. Faktor penghambat

Faktor penghambat disini meliputi faktor internal dan faktor eksternal yaitu sebagai berikut:

1) Faktor internal meliputi Sumber Daya Manusia yang sangat terbatas. Pengrajin Batik Tulis Sekar Arum yang dulunya berjumlah 40 orang, akan tetapi sekarang menurun menjadi 20 orang. Hal ini terjadi karena pengrajin yang tidak sesuai dengan kontraknya. Dengan jumlah tersebut, Batik Tulis Sekar Arum kuwalahan dengan jumlah pesanan yang besar. Akibatnya, beberapa kali pesanan dengan jumlah yang besar menjadi tidak dapat dikerjakan. Tentu ini menjadi faktor penghambat produksi Batik Tulis Sekar Arum.
2) Faktor eksternal meliputi muncul banyaknya pesaing yang memproduksi atau menghasilkan produk yang sama yaitu Batik di desa Bakaran. Di Bakaran mulai berkembang batik-batik khas yang lain. Dari berbagai industry pasti sebagian besar pengusahanya memiliki ciri khas yang berbeda-beda dalam produk yang dibuat semisal dalam hal kualitas, motif, dan harga yang relatif berbeda. Selain itu, faktor lain dari penghambat eksternal yaitu adanya pesaing yang ingin menjelek-jelekkan dan menjatuhkan produk Batik Tulis Sekar Arum kepada salah satu konsumen.

b. Faktor pendukung

Sama halnya seperti faktor penghambat, disini faktor pendukung juga ada faktor pendukung internal maupun eksternal. Adapun faktor pendukung internal dan eksternal di Batik Tulis Sekar Arum meliputi :

[25] Hartatik, Wawancara oleh Penulis tanggal 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

1) Faktor Internal meliputi motif khas yang terkenal di Batik Tulis Sekar Arum yang mempunyai keunikan dan ke khasan suatu produknya. Batik Tulis Sekar Arum menghasilkan atau memproduksi semua motif Batik Bakaran. Motif Batik Bakaran mempunyai ciri khas dari desain motif batiknya, yaitu memiliki ciri khas dari "remekan atau retakan" pada motif batik diibaratkan dengan tembok atau tanah yang pecah. Disini ada 22 motif desain Batik Bakaran sendiri yakni: Blebak Lung, Blebak Kopi, Blebak Urang, Kopi Pecah, Blebak Duri, Gringsing, Limaran, Sido Rukun, Gandrung, Manggaran, Padas Gempal, Bregat Ireng, Kedele Kecer, Merak Ngigel, Rawan, Magel Ati, Liris, Nam Tikar, Sido Mukti, Truntum, Puspo Baskoro, dan Ungkel Canthel. Selain memproduksi semua motif Batik Bakaran, akan tetapi di Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi atau menghasilkan Batik motif desain luaran daerah, yakni Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus. Oleh karena itu, tentu ini menjadi faktor pendukung internal seorang pengrajin Batik Tulis Sekar Arum, karena pengrajin disini bisa membuat motif baik motif bakaran ataupun luar daerah.
2) Faktor Eksternal terdapat konsumen setia dari produk Batik Tulis Sekar Arum, sehingga tidak berpengaruh persaingan batik. Batik Tulis Sekar Arum bekerja sama dengan lembaga-lembaga khususnya lembaga pemerintahan desa dan lembaga pendidikan. Selain itu, perhatian dari pemerintah kota Juwana terhadap Batik Tulis Sekar Arum terhadap program pelatihan dan ajang pameran. Program ini tentu sangat penting untuk meningkatkan daya saing pada Batik Tulis Sekar Arum. Selain itu juga, adanya dukungan dan masukan tentang hasil produk dari pelanggan atau konsumen dalam pengembangan Batik Tulis Sekar Arum.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

C. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Batik Tulis Batik Tulis Sekar Arum

Setiap pelaku usaha berharap usahanya pasti mempunyai tujuan untuk tetap bertahan di dalam ketatnya persaingan dan ingin usahanya terus berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila suatu usaha mampu mempertahankan usahanya dan terus meningkatkan penjualan di setiap tahunnya. Suatu perusahaan dikatakan berhasil dilihat dari bagaimana usaha tersebut mampu memasarkan produknya sehingga konsumen berniat untuk melakukan pembelian produknya. Keberhasilan perusahaan dibidang pemasaran terkait dengan keberhasilannya tentang bagaimana dalam menentukan produk yang tepat, harga yang layak serta kualitas terjangkau, saluran distribusi yang baik, serta promosi yang relatif efektif. Untuk menarik perhatian minat beli konsumen, suatu usaha harus melakukan apa dan bagaimana strategi yang harus dilaksanakan. Dalam hal ini startegi berperan dalam mencapai suatu tujuan, baik tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah, ataupun tujuan jangka panjang.

Setiap menjalankan usaha bisnis dalam memasarkan produknya perlu mempunyai perumusan strategi yang tepat untuk mencapai sasaran sesuai dengan yang diharapkan. Salah satunya yaitu usaha Batik Tulis Sekar Arum. Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik merupakan usaha yang berbasis *Home Industry* yang bergerak dan berkembang pada bidang kerajinan tangan yang dikerjakan secara manual. *Home Industry* ini pada umunya melakukan kegiatan aktivitasnya dirumah. Selain itu, rumah para karyawan di Batik Tulis Sekar Arum juga bertepatan dan tidak jauh dari rumah produksi batik ini. Batik merupakan ciri khas dari Indonesia, budaya Indonesia yang harus dilestarikan, serta jati diri dan identitas bangsa Indonesia.

Adapun pengaruh dalam banyaknya pesaing dengan menawarkan produk-produk baju yang sudah jadi di desain dengan lebih modern dan semakin kekinian. Hal itu terjadi karena ingun membuat pengaruh bagi konsumen untuk tertarik membeli baju yang lebih instan dan tidak ribet tersebut.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Demi menjaga kelangsungan Batik Tulis Sekar Arum ini agar tetap bertahan dan berkembang serta tetap eksis di pasaran. Untuk dapat meningkatan persaingan sesama industry batik, maka Batik Tulis Sekar Arum harus menerapkan beberapa perumusan strategi pemasaran yang tepat digunakan. Adapun ada beberapa strategi pemasaran yang tepat dapat digunakan dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum adalah dengan menggunakan komponen strategi pemasaran yakni dari segmetasi pasar *(segmentation)*, penentuan pasar sasaran (*targeting)*, serta penentuan posisi pasar (*positioning)*. Selain menggunakan komponen strategi pemasaran tersebut, Batik Tulis Sekar Arum juga melakukan strategi bauran pemasaran *(marketing mix)*, yakni dari empat P yaitu produk *(product)*, harga *(price)*, tempat *(place)*, dan promosi *(promotion)*.

Berikut adalah komponen pertama strategi pemasaran yang telah dilakukan UMKM Batik Tulis Sekar Arum untuk meningkatkan daya saingnya yaitu dengan strategi STP (*segmentation, targeting, positioning)* yang telah sesuai dengan karakter sebagai kerajinan batik tulis berbasis *home industry*. Adapun uraian dari komponen pemasaran strategi STP adalah sebagai berikut :

1. Segmentasi pasar

Batik Tulis Sekar Arum menerapkan strategi segmentasi pasar dengan tidak ada pengkhususan dan pembatasan terhadap konsumen, Batik Tulis Sekar Arum memfokuskan semua konsumen di berbagai kalangan, mulai kalangan usia muda sampai usia tua, kalangan menengah bawah sampai atas, serta kalangan yang beragama muslim maupun non muslim.

Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum juga memfokuskan batik tulisnya untuk para konsumen dari suatu institusi, organisasi, maupun komunitas yang akan menggunakan sebagai seragam dari produk Batik Tulis Sekar Arum.[26] Terkadang biasanya para pelaku organisasi yang telah memesan produk batik tulis dengan jumlah yang banyak digunakan sebagai seragam dinasnya masing-masing. Selain melayani pembelian tersebut, Batik Tulis Sekar Arum juga melayani pembelian secara ecer dipakai untuk pribadi.

[26] Hartatik, Wawancara Oleh Penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Ada beberapa kriteria yang digunakan Batik Tulis Sekar Arum dalam segmentasi pasar antara lain: *pertama,* Batik Tulis Sekar Arum melakukan segmentasi geografis. Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi kelompok konsumen berdasarkan letak geografis seperti negara, wilayah, provinsi, kota, desa, atau lingkungan rumah tinggal. Segmentasi pasar dilakukan dengan pengelompokan konsumen menjadi beberapa bagian pasar menurut skala wilayah atau letak geografis yang dapat dibedakan berdasarkan keluasan pasar, provinsi, kota/desa, iklim, cuaca,dan lain sebagainya.[27]

Menurut hasil wawancara penulis dengan pemilik usaha, strategi segmentasi secara geografis tidak ada pengkhususan wilayah. Konsumen dan pembeli batik tulis disini datang berbagai wilayah baik negara, kabupaten, maupun kecamatan. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini tidak hanya pelanggan atau konsumen dari desa Bakaran saja, melainkan juga konsumen dari daerah-daerah lain. Konsumen di Batik Tulis Sekar Arum ini juga tidak hanya datang dari dalam negeri, tetapi ada juga pembeli yang datang dari luar negeri yakni dari Swiss dan Spanyol. Menurut penjelasan pemilik usaha, Ibu Hartatik menjelaskan batik tulisnya bisa sampai ke mancanegara karena ada salah satu temannya yang bekerja disana dan memakai batik tulis khas motif Bakaran yaitu motif Blebak Urang dari produk Batik Tulis Sekar Arum sebagai seragam kerjanya. Tidak hanya batik motif desain khas Bakaran saja yang berlaku disana, akan tetapi motif desain khas luar daerah juga banyak peminatnya. Pada akhirnya banyak sekali yang menyukai motif Batik khas Bakaran dan juga motif 5 batik luar daerah tersebut sehingga temannya berinisiatif untuk membantu mempromosikan serta memasarkan produk batik tulis tersebut.[28] Hingga akhirnya sampai saat ini Batik Tulis Sekar Arum banyak diminati konsumen disana dan dapat menembus pasar di mancanegara.

[27] Nanang Khoirul Ahmadi, *Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung,* Jurnal Manajemen Magister, Vol. 03, No. 01, (2017) : 80.

[28] Hartatik, Wawancara Oleh Penulis 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Kedua, Batik Tulis Sekar Arum melakukan strategi segmentasi demografis. Segmentasi demografis merupakan pembagian pasar menjadi kelompok konsumen berdasarkan pada variabel seperti umur, jenis kelamin, besar keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kewarganegaraan.[29] Di Batik Tulis Sekar Arum dengan melakukan strategi segmentasi demografis juga tidak ada pengkhususan atau tidak ada batasan dari usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agaman maupun kelas sosial. Batik Tulis Sekar Arum ini bisa dipakai oleh semua kalangan baik kalangan bawah sampai kalangan atas, oleh karena itu batik tulis ini menawarkan harga yang relatif murah dan terjangkau. Batik Tulis Sekar Arum bisa dipakai semua golongan usia karena di Batik Tulis Sekar Arum mempunyai ciri khas tersendiri yaitu selain memproduksi motif desain batik dari Desa Bakaran sendiri, di batik tulis ini juga bisa memproduksi motif khas desain batik luar daerah sehingga cocok untuk dipakai semua kalangan usia, mulai dari anak-anak, dewasa sampai juga orang tua.[30]

Ketiga, Batik Tulis Sekar Arum selanjutnyan melakukan strategi segmentasi psikografis. Segmentasi psikografik membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik sosial, gaya hidup atau kepribadian.[31] Batik Tulis Sekar Arum memfokuskan semua konsumen yang suka atau ingin memakai pakaian batik sebagai keindahan dan warisan budaya. Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini bekerja sama dengan lembaga-lembaga, organisasi, maupun institusi-institusi dan sudah menjadi konsumen langganan yang ingin menggunakan pakaian batik sebagai seragam dinas kantor mereka. Tidak hanya bisa dipakai sebagai seragam formal, Batik Tulis Sekar Arum ini juga memfokuskan konsumen rumahan yang sangat

[29] Hari Wijaya & Hani Sirine," *Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harda Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap*," AJIE Asian Jurnal Of Innovation and Enterpreneurship Vol. 01, No.3, (2016) : 179.

[30] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[31] Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, (Erlangga, 2008),241.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pecinta batik sebagai pakaian perorangan atau seragam untuk keluarga seperti sarimbit. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum memfokuskan konsumen dari kalangan remaja, biasanya para remaja mendesain produk batiknya sesuai selera masing-masing dan membuat desain permintaan mereka sendiri seperti gaya hidup remaja sekarang.[32]

Keempat, dengan melakukan strategi segmentasi perilaku. Segmentasi perilaku mengelompokkan pembelian konsumen berdasarkan pengetahuan, sikap serta respon penggunaan mereka terhadap suatu produk.[33] Segmentasi perilaku ini merupakan langkah yang paling penting untuk membentuk segmen pasar. Konsumen langganan dari Batik Tulis Sekar Arum banyak yang datang karena sudah mengetahui kualitas produk batik yang dihasilkan sangat memuaskan konsumen. Konsumen yang sudah mengetahui kualitas yang baik dan mempunyai rasa kenyamanan dari produk yang dihasilkan, maka konsumen tersebut cenderung akan loyal dan ingin membeli secara terus-menerus. Hal itu tidak heran apabila konsumen yang sudah loyal akan memberi pengaruh yang positif kepada orang-orang yang berada disekitarnya untuk melakukan pembelian produk yang sama.

Setelah penulis melakukan pengamatan, bahwa Batik Tulis Sekar Arum menggunakan penerapan strategi *segmentasi pasar* dengan memfokuskan semua konsumen berbagai kalangan merupakan strategi yang tepat guna untuk mencapai penjualan produk tepat sasaran. Dalam melakukan hal tersebut, kegiatan penjualan dapat mengalami peningkatan karena tidak ada pengkhususan dan tidak ada batasan bagi kriteria semua konsumen yang ingin membeli produk Batik Tulis Sekar Arum ini.

Dalam seorang pembisnis Islam, segmentasi pasar berdasarkan sesuai aturan yang dipraktekkan oleh Rasulullah SAW yang sesuai dengan prinsip muamalah

[32] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[33] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*,(Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 249.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dalam Islam. Hal ini sebagaimana perintah Allah SWT dalam Quran Surah An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. Surah An-Nisa' ayat 29).

2. Strategi Penentuan Pasar Sasaran (*Targeting*)

Untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan, semua pelaku usaha pasti melakukan penyesuaian pada penentuan pasar sasaran, agar penjualan bisa tepat sasaran. Pengertian pasar sasaran merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran.[34]

Hasil penelitian ini menunjukkan untuk target pasar, Batik Tulis Sekar Arum untuk menentukan targetnya, dengan memberikan produk yang berkualitas kepada masyarakat yang menginginkan pakaian batik tulis. Batik Tulis Sekar Arum ini bisa berkembang karena memiliki keunikan dan ke khasan desain batik hasil bumi lautan Kota Juwana yaitu motif Batik Blebak Urang. Motif blebak Urang ini merupakan salah satu motif Batik Bakaran yang terkenal, selain menghasilkan semua motif desain batik Bakaran, Batik Tulis Sekar Arum juga mampu menghasilkan 5 motif desain batik luar daerah. Selain itu, batik tulis ini juga melakukan strategi spesialisasi produk. Usaha batik tulis ini sangat memperhatikan dan menjaga kualitas produk dan mutu

[34] Ranti Dwityasari, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Blimbing Malang*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 50, No. 4, (2017), 99.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

produknya kepada masyarakat menginginkan batik dengan motif batik Bakaran sendiri atau motif batik luar daerah dari hasil produk usaha Batik Tulis Sekar Arum ini.[35]

Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik menyediakan beberapa motif batik yang unik dan tidak dimiliki di pengrajin batik tulis bakaran yang lain, sehingga dapat menjadi pembeda dengan produk yang dijual di pasaran. Batik Tulis Sekar Arum juga menyediakan batik seragam bagi organisasi, instansi, komunitas serta lembaga-lembaga seperti lembaga pemerintahan desa dan lembaga pendidikan. Selain itu Batik Tulis Sekar Arum juga melayani batik seragam rumahan untuk keluarga yang ingin memakai produk Batik Tulis Sekar Arum.

Setelah melakukan hasil pengamatan, peneliti menyimpulkan bahwa *targeting* yang dilakukan Batik Tulis Sekar Arum ini sangatlah tepat. Karena, dengan menunjukkan keunikan dan ke khasan tentunya akan menambah poin nilai tersendiri untuk menarik minat beli konsumen, karena di Batik Tulis Sekar Arum bisa memilih bebas sesuai keinginan motif, baik motif desain Batik Bakaran sendiri atau batik motif luar daerah. Hal tersebut dapat dijadikan pembeda dengan hasil produk batik tulis bakaran yang ada di pasaran.

Dalam target pasar, yang tidak kalah penting adalah sejauh mana suatu perusahaan mampu mengukur kemampuan dan keunggulan kompetitif serta sumber daya yang dimiliki. Oleh karena itu, Allah tidak pernah membedakan seseorang melainkan dengan ukuran kemampuan yang mereka miliki. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 286 yang berbunyi:[36]

لَا يُكَلِّفُ ٱللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا

مَا ٱكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَآ إِن نَّسِينَآ أَوْ أَخْطَأْنَا ۚ

[35] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[36] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang : Walisongo Pers, 2009), 97.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

رَبَّنَا وَلَا تَحۡمِلۡ عَلَيۡنَآ إِصۡرٗا كَمَا حَمَلۡتَهُۥ عَلَى ٱلَّذِينَ مِن قَبۡلِنَاۚ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلۡنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِۦۖ وَٱعۡفُ عَنَّا وَٱغۡفِرۡ لَنَا وَٱرۡحَمۡنَآۚ أَنتَ مَوۡلَىٰنَا فَٱنصُرۡنَا عَلَى ٱلۡقَوۡمِ ٱلۡكَٰفِرِينَ ٢٨٦

Artinya:
"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami melakukan kesalahan. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami, maka tolonglah kami menghadapi orang-orang kafir." (QS. Surah Al-Baqarah ayat 286).

3. Strategi Posisi Pasar (*Positioning)*

Positioning adalah bagaimana membuat barang yang dihasilkan atau dijual memiliki keunggulan, disenangi, dan melekat di hati pelanggan dan bisa melekat dalam jangka waktu yang lama. *Positioning* berhubungan dengan apa yang ada di benak pelanggan, dan berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama. Strategi ini menyangkut bagaimana suatu pelaku bisnis dapat membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi bagi pelanggan. *Positioning* merupakan suatu tindakan merancang produk serta bauran pemasaran agar memberikan kesan tertentu dihati konsumen.[37] Ada

[37] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 361.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

beberapa langkah yang dapat digunakan untuk melakukan *positioning* antara lain yaitu :[38]

a) ***Positioning*** **berdasarkan atribut,** suatu aktivitas untuk mendesain suatu produk dengan memperlihatkan ciri atau manfaat bagi pelanggan, yaitu dengan jalan menghubungkan suatu produk dengan atribut tertentu, karakteristik khusus, atau dengan manfaat bagi pelanggan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, Batik Tuis Sekar Arum sudah memperlihatkan karakteristik yang dimiliki batiknya. Batik Tulis Sekar Arum ini mempunyai desain motif batik yang unik dan tidak dimiliki para pesaing lain, karena selain memproduksi atau menghasilkan motif desain batik Bakaran, akan tetapi batik tulis ini mampu memproduksi 5 motif desain batik luar daerah. Hal ini dapat dijadikan sebagai pembeda diantara pesaing yang lain sehingga dapat memberikan persepsi yang baik di benak konsumen.

b) ***Positioning*** **berdasarkan harga dan kualitas** ***(price and quality positioning),*** yaitu *positioning* yang berusaha menciptakan kualitas produk yang baik serta memberi kesan atau citra yang berkualitas tinggi melalui harga tinggi ataupun sebaliknya dengan menekankan harga yang murah sebagai indikator nilai. Menurut hasil pengamatan peneliti, Batik Tulis Sekar Arum merupakan usaha batik tulis yang memiliki kualitas yang tinggi dan harga yang terjangkau. Batik tulis ini terkenal harganya relatif murah terjangkau dibandingkan dengan pesaing batik yang lain. Meskipun harga yang ditawarkan murah dan terjangkau, akan tetapi produk yang dihasilkan Batik Tulis Sekar Arum tetap mempunyai kualitas yang bagus. Harga di Batik Tulis Sekar Arum baik yang murah sampai yang harga mahal, kualitasnya disamakan. Hal ini dijadikan pelaku usaha sebagai salah satu strategi dalam membangun persepsi konsumen terhadap produknya. Dalam hal ini, Ibu Hartatik juga berharap konsumen mengetahui bahwa perbandingan harga yang relatif murah dan

[38] Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa,*Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 121-123.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

terjangkau sampai harga yang mahal kualitasnya sama-sama dipertahankan dan diperhatikan. Membangun suatu kepercayaan dan keyakinan untuk menarik persepsi pelanggan itu tidaklah mudah, oleh sebab itu menjual produk batik tulis yang berkualitas dan harga yang terjangkau merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha Batik Tulis Sekar Arum Ibu Hartatik dalam melakukan startegi *positioning.*

c) ***Positioning* berdasarkan dengan pesaing *(competitor positioning),*** yaitu dengan cara mengkaitkan pesaing dengan posisi persaingan terhadap pesaing utama. Di Kabupaten Pati khususnya Desa Bakaran Kecamatan Juwana terdapat banyak sekali industri Batik Tulis. Batik Tulis Sekar Arum merupakan salah satu industri batik di Kabupaten Pati Desa Bakaran. Salah satu pesaing utama dari Batik Tulis Sekar Arum ini adalah industri batik tulis yang mendahului atau lebih berpengalaman dalam persaingan dan dunia Batik Tulis khususnya di Desa Bakaran. Agar dapat menghadapi pesaing batik tulis yang lain, Ibu Hartatik tidak pernah pesimis atau berfikiran yang negatif tentang pengembangan usaha batiknya. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum menekankan karakteristik keunikan dan ciri ke khas batiknya serta kualitas produk batik tulis yang dijanjikan terbukti jelas agar konsumen menarik persepsi pelanggan. Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik juga menekankan jika setiap pemilik usaha batik pasti mempunyai ciri khas sendiri-sendiri. Batik Tulis Sekar Arum mampu menekankan ciri khas dan keunikan yang berbeda dengan industri batik tulis yang lain yaitu selain memproduksi motif desain Batik Tulis Bakaran sendiri, Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi 5 motif desain batik luar daerah yakni Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus.

Batik Tulis Sekar Arum dengan melakukan strategi *positioning* merupakan upaya untuk menciptakan produk yang dapat diterima dipasaran dan dapat diminati oleh konsumen. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

memiliki kualitas yang bagus dan sudah diakui oleh setiap pelanggan. Harga yang ditawarkan Batik Tulis Sekar Arum juga murah dan relatif terjangkau dibandingkan dengan pesaing batik tulis yang lain. Hal itu dilakukan untuk membangun kesan atau citra produk batik tulis serta menciptakan persepsi yang baik untuk konsumen.

Berdasarkan pengamatan peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa *positioning*, yang telah dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum memberikan solusi produk batik tulis yang tepat dan baik untuk perorangan, para kolektor batik, para lembaga atau instansi yang ingin memakai seragam dinasnya. Batik Tulis ini mempunyai desain dan ciri khas yang unik dari pesaing yang lain sehingga dapat menjadi pembeda dengan batik tulis yang lain.

Untuk perusahaan berbasis syariah, membangun kepercayaan berarti menunjukkan komitmen bahwa perusahaan syariah itu menawarkan sesuatu yang lebih jika dibandingkan perusahaan yang lain. Allah menjelaskan dalam firman-Nya QS. Al-Anfaal ayat 27 sebagai berikut:[39]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٢٧

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui." (QS. Surah Al-Anfaal ayat 27).

Selanjutnya strategi yang digunakan Batik Tulis Sekar Arum untuk meningkatkan daya saingnya adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix)* yang meliputi empat P yakni, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion)* dengan uraian sebagai berikut:

[39] Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan, 2006), 26.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

a. Produk (*Product)*

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keingingan konsumen. Produk dapat berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, maupun organisasi [40]

Salah satu keunikan serta keunggulan yang dimilik oleh Batik Tulis Sekar Arum adalah kualitas produk dan ke khasan produk. Didalam hal ini, Batik Tulis Sekar Arum ini sangat mengedepankan dan mengutamakan kualitas produk dan ke khasan produknya. Dimana produk yang dihasilkan di Batik Tulis Sekar Arum memiliki keunggulan tersendiri di pasaran. Selaku pemilik usaha, Ibu Hartatik selalu mengutamakan kualitas dan mutu produknya, Ibu Hartatik sangat memperhatikan kualitas dari proses pembuatan batiknya mulai dari proses pemilihan bahan baku sampai proses pembuatan batik tulis seperti ketelitian dalam menggambar batik, kerapihan, sampai pewarnaan kain batik tulis. Proses produksi Batik Tulis Sekar Arum dikerjakan dengan sangat teliti, cermat dan sangat berhati-hati agar bisa menghasilkan produk yang berkualitas baik. Batik Tulis Sekar Arum ini menawarkan produk yang mempunyai desain batik dengan ciri khas atau karakteristik sendiri yang tidak dimilik oleh pesaing yang lain, yaitu di Batik Tulis Sekar Arum selain menghasilkan semua motif desain Batik Bakaran (Blebak Lung, Blebak Kopi, Blebak Urang, Kopi Pecah, Blebak Duri, Gringsing, Limaran, Sido Rukun, Gandrung, Manggaran, Padas Gempal, Bregat Ireng, Kedele Kecer, Merak Ngigel, Rawan, Magel Ati, Liris, Nam Tikar, Sido Mukti, Truntum, Puspo Baskoro, dan Ungkel Canthel), akan tetapi di batik tulis ini juga mampu menghasilkan 5 motif desain batik luar daerah, yakni Batik Pekalongan,

[40] Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*, (Yogyakarta : CAPS, 2012), 69.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Batik Yogyakarta, Batik Solo, Batik Semarang, dan Batik Kudus. Batik Tulis Sekar Arum ini menawarkan banyak motif batik yang masing-masing bernilai seni tinggi serta mempunyai desain yang unik dengan desain motif Desa Bakaran.

Selain itu, strategi lain yang mendukung pengembangan Batik Tulis Sekar Arum adalah dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan dalam meningkatkan kualitas dan mutu produknya dan memberi pelatihan dalam melakukan inovasi-inovasi produk batik tulis. Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini sangat memperhatikan dan selalu mengedepankan dalam hal kualitas dan mutu produknya. Maka tidak heran jika konsumen yang sudah datang dan merasakan kualitas produk yang dihasilkan Batik Tulis Ibu Hartatik memiliki kualitas yang baik dan bagus dari produknya tersebut maka pelanggan akan menjadi loyal karena kualitas dan kenyaman yang diberikan terbukti dengan jelas dengan apa yang konsumen inginkan.

Dalam pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis, bahwa menilai kualitas produk yang dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum ini layak untuk dipasarkan kepada konsumennya, karena batik tulis ini sangat menjaga dan terjamin kualitas hasil produknuya, semua konsumen tidak akan merasa dirugika apalagi di Batik Tulis Sekar Arum sangat mempertahankan memperhatikan kualitasnya dan mutu produknya. Selain itu, konsumen juga tidak merasa kecewa dengan kualitas dari proses ketelitian, kerapihan sampai pewarnaan batik tulis dengan apa yang mereka harapkan apabila membeli hasil produk Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini.

Dalam pemasaran Islam, produk harus dengan yang halal. Produk tidak boleh mengandung bahan yang berbahaya karena memberikan dampak negatif bagi konsumen. Dalam pemasaran Islam, produk harus sesuai dengan kode etik dan prinsip syariah. Selain itu, pemasar tidak boleh menyembunyikan apapun dari konsumen baik tentang kualitas produk dan kecacatan produk sebelum melakukan transaksi. Apabila si penjual

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

atau pembeli menyembunyikan sesuatu dari yang lain, maka tidak akan dianggap sebagai transaksi yang bisnis yang sehat dan halal. Maka dari itu, perusahaan harus memiliki prinsip kejujuran bicara apa adanya dan etis tidak boleh berbohong untuk memberikan kualitas terbaik dari produk baik barang atau jasa. Ketentuan ini terkait dengan pemenuhan harapan konsumen yang harus di sesuaikan dengan ketentuan syariah.[41]

Allah berfirman dalam surat An Nisa' ayat 29:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu".

b. Harga *(Price)*

Dalam strategi pemasaran, harga merupakan bagian terpenting suatu produk atau jasa. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Adanya penetapan harga pada suatu produk atau jasa, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan dari penjualan produk tersebut, sehingga perusahaan akan mengetahui berhasil tidaknya dalam melakukan penjualan. Harga merupakan satu-satunya unsur

[41] Ernie Tisnawati Sule dkk, *Manajemen Bisnis Syariah*,(Bandung: PT Refika Aditama,2016),163.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.[42]

Harga merupakan sejumlah uang yang diminta atas suatu produk atau jasa dengan jumlah dan nilai guna ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.[43]

Harga yang telah ditawarkan Batik Tulis Sekar Arum terkenal terjangkau dibandingkan dengan batik tulis yang lain. Meskipun harga yang ditawarkan terjangkau, akan tetapi Batik Tulis Sekar Arum tetap mengutamakan dan mempertahankan kualitas serta memberi kepuasan konsumen. Batik Tulis Sekar Arum menawarkan harga mulai dari harga murah dan relatif terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Harga batik tulis ini ditentukan berdasarkan dari tingkat kesulitan serta kerumitan dalam proses produksinya. Apabila harga batik tulis dikatakan mahal, berarti batik tulis tersebut dari tingkat produksinya mulai mendesain motif mengalami kesulitan dan kerumitan.

Harga Batik Tulis Sekar Arum ini ditentukan sesuai dengan desain motif dari mulai bahan bakunya sampai proses pewarnaan batik tulis. Harga batik tulis mempengaruhi mahal atau tidaknya tergantung pada proses produksinya, mulai dari bahan baku, jenis kain, kerumitan dan kesulitan motif serta kualitas dalam pewarnaan batik tulis. Semakin sulit dan rumit dalam desain motifnya dan semakin bagus kualitas kain serta pewarwanaan maka harga yang ditawarkan akan mahal. Meskipun harga yang ditawarkan tersebut mahal akan tetapi Batik Tulis Sekar Arum tetap terjangkau dibanding dengan harga di batik tulis yang lain.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, meskipun harga batik tulis ini terkenal lebih terjangkau, akan tetapi Batik Tulis Sekar Arum milik

[42] Fandy Tjiptono, *Strategi Pamasaran*, Edisi Ketiga Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 151.

[43] Riyono & Gigih Erlik Budiharjo, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*, Jurnal STIE Semarang, Vol.8, No.2 (2016), 100.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Ibu Hartatik tetap memperhatikan dan mempertahankan kualitas produknya. Meski demikian, Batik Tulis milik Ibu Hartatik selalu mengutamakan kualitas dan kepuasan konsumen. Batik Tulis Sekar Arum menawarkan harga dari yang relatif murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Harga batik tulis mahal ataupun yang murah disamakan kualitasnya, karena batik tulis ini selalu mengutamakan kualitas dan tetap mempertahanakan kualitas serta tidak mengurangi kualitas produknya sama sekali, karena kepuasan konsumen adalah rasa bangga setiap pemilik usaha. Produk batik tulis ini memiliki kualitas yang tinggi serta memberikan ke kreatifitasan yakni ke khasan serta keunikan desain dalam motif batiknya, karena Batik Tulis Sekar Arum disini selain memproduksi motif desain Batik Bakaran sendiri, akan tetapi batik tulis ini juga mampu memproduksi 5 motif desain batik dari luar daerah. Hal ini, kreatifitas dan keunikan di Batik Tulis Sekar Arum tentunya tidak ada di batik tulis yang lain.

Penentuan harga dilakukan oleh permintaan serta penawaran. Dalam konsep Islam, permintaan dan penawaran haruslah dengan cara rela sama rela, tidak ada unsur paksaan dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang berbunyi:

قَالَ لَئِنِ ٱتَّخَذْتَ إِلَٰهًا غَيْرِى لَأَجْعَلَنَّكَ مِنَ ٱلْمَسْجُونِينَ ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. Surah An-Nisaa’ ayat 29).

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

c. Tempat (*Place)* atau Saluran Distribusi

Distribusi atau *place* merupakan kunci untuk strategi pemasaran yang efektif dan efisisien. *Place* berarti lokasi atau distribusi. Dalam hal ini, pembisnis harus memilih saluran distribusi atau menetapkan tempat usaha yang strategis bagi usahanya masing-masing.

Distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancarkan dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.[44]

Usaha batik tulis berbasis *Home industry* Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini bertempat di Desa Bakaran Kulon Rt 01 Rw 02 Kec. Juwana Kab Pati. Letaknya berada di dalam perkampungan. Lokasi Batik Tulis Sekar Arum kurang strategis karena bukan akses jalan utama Jl Juwana-Tayu sehingga konsumen agak kesulitan untuk menjangkau lokasi tersebut.

Proses pendistrisbusian produk Batik Tulis Sekar Arum dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Untuk pemesanan secara langsung bisanya konsumen langsung datang ketempat proses produksi. Untuk pemesanan yang tidak langsung biasanya melalui via media sosial seperti Facebook, Whastsapp, Instagram, Sms atau media sosial yang lainnya. Sehingga dikirim melalui paket sperti J&T, J&E, serta Gagego dan sebagainya. Apabila konsumen masih berada di wilayah Pati, maka pengiriman produknya Ibu Hartatik menggunakan aplikasi jasa Gagego. Sedangkan bila konsumen berada diluar Kota Pati, maka melakukan pengirimannya menggunakan jasa J&T dan J&E.[45]

Berdasarkan hasil observasi langsung peneliti di lapangan, untuk tempat memproduksi batik tulis ini masih terkendala pada masalah, Batik Tulis Sekar Arum ini belum memiliki galeri batik yang memadai, tempat produksinya mulai dari

[44] Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*, (Yogyakarta : CAPS, 2012), 172.

[45] Siti Rofi'ah, Wawancara oleh Penulis 22 Januari 2021, Wawancara 2, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pewarnaan, sampai penjemuran batik yang masih dilakukan bersamaan dihalaman depan rumah dan tempat parkir pemilik, juga alat-alat produksi yang kurang memadai. Selain itu, untuk proses nglorod dilakukan didalam dapur rumah pemilik yang kurang efisien.[46]

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti secara langsung dengan kondisi tersebut Batik Tulis Sekar Arum belum efektif dari segi tempat. Seharusnya Batik Tulis Sekar Arum memiliki tempat produksi yang layak dan lebih luas agar proses produksi dapat dilakukan dengan efektif dan efisien serta bisa memberikan tempat kenyamanan bagi karyawan yang bekerja dalam proses produksinya. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum juga perlu mempunyai galeri batik tulis sendiri dan memiliki tempat yang lebih strategis di Jalan Utama Juwana-Tayu untuk menjual produk bagi konsumen yang datang langsung ke tempat produksi batik tulis serta memudahkan konsumen untuk mengetahui lokasi secara langsung.

Sumber daya alam diciptakan Allah untuk diatur oleh umat manusia. Seluruh isi bumi, secara sengaja diciptakan oleh-Nya untuk keperluan dan kebutuhan manusia. Lahan atau tanah merupakan sumber daya alam yang digunakan manusia agar diatur dan diolah, sehingga bisa menjadi lahan yang produktif. Sebagaimana Allah SWT berfirman:

فَأَزَلَّهُمَا ٱلشَّيۡطَٰنُ عَنۡهَا فَأَخۡرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِۖ وَقُلۡنَا ٱهۡبِطُواْ بَعۡضُكُمۡ لِبَعۡضٍ عَدُوّٞۖ وَلَكُمۡ فِي ٱلۡأَرۡضِ مُسۡتَقَرّٞ وَمَتَٰعٌ إِلَىٰ حِينٖ ٣٦

[46] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Artinya :"Lalu keduanya digelincirkan oleh syaitan dari surga itu dan dikeluarkan dari keadaan semula dan Kami berfirman: "Turunlah kamu! sebagian kamu menjadi musuh bagi yang lain, dan bagi kamu ada tempat kediaman di bumi, dan kesenangan hidup sampai waktu yang ditentukan." (QS. Surah Al- Baqoroh ayat 36).

d. Promosi (*Promotion)*

Promosi merupakan suatu komunikasi aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dalam promosi terdapat komunikasi yang harus dibangun antara produsen dan konsumen. Karena dengan membangun komunikasi yang baik dan jelas, akan memberikan pengaruh positif antara produsen dan konsumen dalam rangka membangun kepercayaan sehingga tidak akan ada rasa curiga satu sama lain.[47]

Berdasarkan hasil observasi langsung, penulis melihat promosi yang dilakukan Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini pada awalnya masih sangat sederhana yaitu dari mulut ke mulut *(mouth of mouth).* Ibu Hartatik mulai memperkenalkan hasil produk batik tulisnya dari teman-teman terdekatnya sampai keluarganya sendiri. Dengan melakukan promosi *mouth of mouth* ini terjadi timbal tular-menular.

Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, untuk memperlancar tujuan dan target penjualan dan ketercapaian suatu tujuan tersebut Batik Tulis Sekar Arum menggunakan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk melakukan promosi. Manfaat media seosial sekarang ini bisa digunakan sebagai informasi formal maupun non formal. Media sosial merupakan media untuk bersosialisasi satu sama lain

[47] Fandy Tjiptono, *Strategi Pamasaran*, Edisi Ketiga Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 219.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial ini salah satu faktor utama yaitu sebuah pesan yang diterima oleh khalayak orang. Dengan memanfaatkan media sosial ini Ibu Hartatik bisa mempermudah untuk memasarkan hasil produknya.[48]

Menurut pengamatan penulis, promosi yang dilakukan Batik Tulis Sekar Arum dinilai kurang maksimal dalam memasarkan hasil produknya. Pemanfaatan media online masih kurang. Sebaiknya Batik Tulis Sekar Arum juga bisa mempromosikan produknya melalui media sosial yang lain seperti *twitter* dan melaui situs jual beli *online* guna menarik minat beli konsumen agar lebih banyak lagi.

Dalam etika Islam, teknik promosi tidak diharuskan melakukan daya tarik seksual,daya tarik emosional,penciptaan rasa takut,kesaksian palsu, dan daya tarik penelitian semu, memanfaatkan ketidaktahuan konsumen dan pemborosan dengan tujuan hanya untuk mendapatkan keuntungan dan pangsa pasar yang lebih besar.[49]

Allah berfirman dalam surat Al Mulk ayat 3:

ٱلَّذِى خَلَقَ سَبۡعَ سَمَٰوَٰتٍ طِبَاقًاۖ مَّا تَرَىٰ فِى خَلۡقِ ٱلرَّحۡمَٰنِ مِن تَفَٰوُتٍۖ فَٱرۡجِعِ ٱلۡبَصَرَ هَلۡ تَرَىٰ مِن فُطُورٍ ۝٣

Artinya : ”Yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang”. (QS.Surah Al-Mulk ayat 3).

[48] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

[49]Ernie Tisnawati Sule dkk, *Manajemen Bisnis Syariah*,(Bandung: PT Refika Aditama,2016),168.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing

Rasulullah mengajarkan kepada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika Islam yang sesuai dengan bisnis syariah. Dalam melakukan aktifitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan saling ridlo, sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah : Didalam Al-Qur'an telah dijelaskan dalam melakukan persaingan bisnisnya, Allah melarang kita untuk saling menjatuhkan antara pembisnis satu dengan yang lainnya. Bahkan Rasulullah telah memberikan praktik yang sehat dalam melakukan persaingan yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis menurut ajaran Islam. Rasulullah menjalakan usaha bisnisnya tidak pernah untuk menghancurkan pesaing lainnya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah di surah An-Nisa' ayat 29:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu". (QS. Surah An-Nisaa' ayat 29).

Daya saing merupakan suatu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku wirausaha agar tetap eksis dalam menjalankan kegiatannya. Daya saing terutama bila dilihat dari segi produk tentu saja wajib dimiliki oleh setiap perusahaan. Karena daya saing tersebut mampu membawa perusahaan tetap bertahan dalam ketatnya persaingan di dunia usaha.[50]

[50] Sulistiyani, *Analisis Startegi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm*, Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 3, No.2, (2019), 33-34.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Ditengah persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk lebih berpikir kritis dan kreatif agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan. Pada dasarnya pelaku usaha tidak hanya menginginkan usahanya terus bertahan didalam ketatnya persaingan, selain itu ingin bisnisnya unggul dari pesaing. Oleh karena itu, dapat memperluas pangsa pasarnya dan mencapai keunggulan kompetetif bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif merupakan segala sesuatu yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibanding dengan pesaingnya.[51]

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, Batik Tulis Sekar Arum mampu menghasilkan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang ditawarkan ke konsumen, yakni Batik Tulis milik Ibu Hartatik ini selain memproduksi atau menghasilkan semua desain motif Batik Bakaran sendiri, melainkan di Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi desain motif Batik dari luar daerah, yaitu Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus. Selain itu, batik tulis disini selalu memperhatikan dan mempertahankan kualitas batik tulis dari harga yang murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Batik Tulis Sekar Arum sama sekali tidak mengurangi kualitas baik harga yang murah atau mahal, karena semua kualitasnya disamakan. Meskipun kualitas disini disamakan dan tetap dipertahankan akan tetapi harga batik tulis disini terkenal relatif murah dan terjangkau dibandingkan dengan harga batik tulis yang lain. Oleh karena itu, pemilik usaha Ibu Hartatik berharap konsumen mengetahui akan perbandingan tentang harga yang relatif murah dan terjangkau kualitasnya di Batik Tulis Sekar Arum dengan harga serta kualitas di batik tulis yang lainnya.[52]

Didalam Al-Qur'an telah dijelaskan dalam melakukan persaingan bisnisnya, Allah melarang kita untuk saling menjatuhkan antara pembisnis satu dengan yang lainnya. Bahkan Rasulullah telah memberikan praktik yang sehat dalam melakukan persaingan yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis menurut ajaran Islam.

---

[51] Idris Yanto Niode, *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) UMKM Meubel di Kota Gorontalo*, Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 4, No.2, (2012), 92.

[52] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Berdasarkan hasil wawancara langsung serta observasi langsung di lapangan, penulis menemukan strategi yang telah dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum. Menurut konsep Bisnis Islam yang dipahami, Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik telah menerapkan berbagai strategi yang telah di praktikkan Rasulullah dengan tujuan untuk mencapai keberkahan dalam berbisnis serta dengan keuntungan yang diperoleh dengan baik menurut ajaran Islam. Dalam menjalankan persaingan bisnis Ibu Hartatik tidak pernah menjatuhkan pesaing batik lain. Karena menurut penuturan beliau setiap industry batik sudah mempunyai ciri khas sendiri dalam hal motif batiknya. Ibu Hartatik juga mempunyai prinsip jika rezeki sudah ada yang mengatur dan tidak akan tertukar. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan bisnisnya, Ibu Hartatik sangat berpegang teguh pada prinsip-prinsip bisnis syariah yang dipraktikan oleh Rasulullah.[53]

Selain itu, produk yang dijual atau ditawarkan Ibu Hartatik di pasaran juga tidak memberikan kerugian apalagi dampak negatif bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan bahan baku yang dipilih benar-benar mempunyai kualitas yang baik. Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik juga menjual produk yang diproduksi dengan menggunakan proses yang baik serta tempat yang bersih dan suci.[54]

Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik sangat terbuka dalam kegiatan pemasaran. Ibu Hartatik tidak menyembunyikan kekurangan apapun dari pembeli atau melebih-lebihkan baik tentang kualitas dan cacat produk sebelum melakukan transaksi. Apabila si penjual atau pembeli menyembunyikan sesuatu dari yang lain, maka tidak akan dianggap sebagai transaksi yang bisnis yang halal. Oleh karena itu, seorang pelaku bisnis harus jujur dan etis untuk memberikan kualitas terbaik dari produk baik barang atau jasa yang telah dihasilkan.

Dalam penerapan strategi seperti itu, ternyata mendorong usaha Batik Tulis Sekar Arum semakin berkembang. Dengan menawarkan produk dengan kualitas yang baik dengan harga yang relatif terjankau membuat pelanggan menjadi percaya

[53] Hartatik, Wawancara oleh Penulis Pada Tanggal 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

[54] Hasil Observasi di UMKM Batik Tulis Sekar Arum, Pada Hari Kamis 14 Januari 2021, Pukul 09.00 WIB.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dan loyal. Hal ini dapat dilihat dari pelanggan yang banyak melakukan pembelian ulang baik dari perorangan, maupun instansi-instansi yang menggunakan produk Batik Tulis Sekar Arum sebagai seragam kantornya.

Dalam berhubungan dengan pelanggan, selaku pemilik usaha Batik Tulis Sekar Arum Ibu Hartatik serta karyawannya memberikan pelayanan yang ramah tamah terhadap semua pelanggan baik online maupun offline.[55] Dalam memasarkan hasil produknya, Ibu Hartatik selalu menjunjung tinggi nilai kejujuran dan keterbukaan informasi dalam produknya. Ibu Hartatik selalu berbicara apa adanya mengenai produk yang di jualnya.

Dari pernyataan diatas telah menjadi bukti bahwa Batik Tulis Sekar Arum selain menggunakan beberapa strategi STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning)*. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum juga menggunakah strategi *marketing mix* serta menerapkan strategi yang telah dipraktikkan Rasulullah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam meningkatkan persaingan bisnisnya. Dalam melakukan bisnis berdasarkan konsep syariah baik dari proses yang dilakukan maupun output yang dicapai tidak hanya profit tetapi juga keberkahan yang diperoleh. Adapun bisnis syariah memang belum seluruhnya dilakukan, seperti menyikapi karyawati Ibu Hartatik yang masih ada yang belum menggunakan hijab. Namun setidaknya dalam menjalankan usaha didalam persaingan yang semakin ketat dengan persaingan bisnis secara baik sehat sudah ada beberapa upaya dari owner batik tulis yang dilakukan untuk memegang teguh prinsip bisnis Islami.

3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing

Setiap perusahaan pasti memiliki keunggulan dan kelemahan yang berbeda-beda, Islam telah mengatur tata cara etika bisnis yang ideal sehingga tidak merugikan salah satu pihak ataupun bagu keduanya, yang mana dalam ha ini Islam selalu mengedepankan prinsip syariah dan keadilan dalam keseimbangan hak dan kewajiban dalam setiap kegiatan

[55] Isnaini, Wawancara Oleh Penulis tanggal 05 Februari 2021, Wawancara 3, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

berbisnis. Hal ini berpedoman dalam ayat Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُوا۟ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا۟ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : "Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui". (QS. Surah Al-Baqarah ayat 188).

Dalam menjalankan suatu usaha, pastinya ada faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mempertahankankan usaha tersebut, hal itu tak terkecuali faktor ini juga dialami oleh Batik Tulis Sekar Arum. Faktor-faktor tersebut yakni faktor penghambat dan faktor pendukung terhadap Batik Tulis Sekar Arum. Faktor internal dilakukan untuk menggali data informasi terkait kekuatan dan kelemahan dari kelompok pengrajin Batik Tulis Sekar Arum, sementara kelemahan akan menjadi nilai negatif (penghambat) dalam peningkatan daya saing produk Batik Tulis Sekar Arum. Sedangkan faktor eksternal digunakan unutk menganalisis aspek *positif* dan *negatif* dalam peningkatan daya saing produk Batik Tulis Sekar Arum, namun dengan titik fokus yang berbeda. Jika faktor internal berfokus pada kelompok pengrajin, maka faktor eksternal dilakukan untuk memetakan peluang dan hambatan. Peluang merupakan aspek yang bernilai positif (*pendorong*) bagi peningkatan produk Batik Tulis Sekar Arum, sedangkan ancaman merupakan aspek yang bernilai negatif (*penghambat)* bagi daya saing produk.[56] Adapun hasil wawancara peneliti di lapangan terkait hal mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran untuk

[56] Susi Hardjati, *Pemetaan Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Upaya Pemberdayaan Pengrajin Batik Semanggi Kota Surabaya,* Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol. 8, No. 1, (2020) : 5-6.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

meningkatkan daya saing di Batik Tulis Sekar Arum adalah sebagai berikut :[57]

a. Faktor penghambat

Faktor penghambat disini meliputi faktor internal dan faktor eksternal yaitu sebagai berikut:

1) Faktor internal meliputi Sumber Daya Manusia yang sangat terbatas. Pengrajin Batik Tulis Sekar Arum yang awalnya berjumlah 40 orang, akan tetapi terus menurun menjadi berjumlah 20 orang. Hal ini terjadi karena pengrajin yang tidak sesuai dengan kontraknya. Dengan jumlah tersebut, Batik Tulis Sekar Arum kuwalahan dengan jumlah pesanan yang besar. Akibatnya, beberapa kali pesanan dengan jumlah yang besar menjadi tidak dapat dikerjakan. Tentu ini menjadi faktor penghambat produksi Batik Tulis Sekar Arum.

   Adapun untuk mengatasi faktor penghambat secara internal agar karyawan tidak resign sebelum kontrak selesai yaitu ada baiknya Ibu Hartatik memberikan pekerjaan kepada karyawan yang harus sesuai dengan kemampuan karyawan tersebut. Apabila karyawan tersebut tidak dapat melakukan pekerjaan dengan baik, sebagai owner Batik Tulis Sekar Arum Ibu Hartatik melakukan *brefing* atau rapat dengan menanyakan kesulitan apa yang dihadapi. Ibu Hartatik tidak usah mengekang atau memberikan tekanan yang berat bagi karyawan. Karena kesulitan yang dihadapi setiap karyawan sangatlah berbeda tergantung dari pekerjaan yang diberikan.

   Adapun solusi lain untuk masalah ini yakni Ibu Hartatik sebagai pemilik usaha haruslah memberikan persamaan memperlakukan kepada seluruh karyawannya. Ibu Hartatik harus adil dan merata terhadap seluruh karyawan. Jangan sampai ada yang merasa dianak tirikan karena meninbulkan

[57] Hartatik, Wawancara oleh Penulis tanggal 08 Januari 2021, Wawancara 1, Transkip.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

susasana tidak sehat dan lingkungan kerja tidak nyaman. Selain itu, Ibu Hartatik selaku pemilik usaha ada baiknya jika mengadakan acara *refresing* misalnya piknik untuk seluruh karyawan. Dana bisa diambil dari sebagaian keuntungan yang didapat perusahaan yang sangat besar.

2) Faktor eksternal meliputi muncul banyaknya pesaing yang memproduksi atau menghasilkan produk yang sama yaitu Batik di desa Bakaran. Di Bakaran mulai berkembang batik-batik khas yang lain. Dari berbagai industry pasti sebagian besar pengusahanya memiliki ciri khas yang berbeda-beda dalam produk yang dibuat baik dalam hal kualitas, motif, dan harga yang relatif berbeda. Selain itu, faktor lain dari penghambat eksternal yaitu adanya pesaing yang ingin menjelek-jelekkan dan menjatuhkan produk Batik Tulis Sekar Arum kepada salah satu konsumen.

   Adapun untuk mengatasi solusi faktor penghambat secara eksternal dalam ketatntya persaingan, Batik Tulis Sekar Arum harus mampu menghasilkan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang telah ditawarkan ke konsumen. Batik Tulis Sekar Arum ini menawarkan produk yang mempunyai desain batik dengan ciri khas atau karakteristik sendiri yang tidak dimilik oleh pesaing yang lain, yaitu di Batik Tulis Sekar Arum selain menghasilkan semua motif desain Batik Bakaran, akan tetapi di batik tulis ini juga mampu menghasilkan 5 motif desain batik luar daerah, yakni Batik Pekalongan, Batik Yogyakarta, Batik Solo, Batik Semarang, dan Batik Kudus. Batik Tulis Sekar Arum ini menawarkan banyak motif batik yang masing-masing bernilai seni tinggi serta mempunyai desain yang unik dengan desain motif Desa Bakaran. Maka hal ini bisa menjadi solusi yang baik dalam banyaknya pesaing yang memproduksi atau menghasilkan produk yang

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

sama. Kita harus menciptkan kreatifitas yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Selain itu, untuk mengatasi pesaing yang telah menjelek-jelekkan usaha Batik Tulis Sekar Arum, sebaiknya Ibu Hartatik tidak usah menghiraukan omongan orang lain karena rezeki sudah ada yang ngatur dan tidak akan pernah tertukar. Dalam menjalankan persaingan bisnis Ibu Hartatik tidak pernah menjatuhkan pesaing batik lain. Karena menurut penuturan beliau setiap industry batik sudah mempunyai ciri khas sendiri dalam hal motif batiknya. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan bisnisnya Ibu Hartatik sangat berpegang teguh pada prinsip-prinsip bisnis syariah. Sedangkan dalam Al-Qur'an telah diingatkan dalam melakukan persaingan bisnisnya, Allah melarang kita untuk saling menjatuhkan antara pembisnis satu dengan yang lainnya. Bahkan Rasulullah telah memberikan praktik yang sehat dalam melakukan persaingan yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis menurut ajaran Islam.

b. Faktor pendukung

Sama halnya seperti faktor penghambat, disini faktor pendukung juga ada faktor pendukung internal maupun eksternal. Adapun faktor pendukung internal dan eksternal di Batik Tulis Sekar Arum meliputi :

1) Faktor Internal meliputi motif khas yang terkenal di Batik Tulis Sekar Arum yang mempunyai keunikan dan ke khasan suatu produknya. Batik Tulis Sekar Arum menghasilkan atau memproduksi semua motif Batik Bakaran. Motif Batik Bakaran mempunyai ciri khas dari desain motif batiknya, yaitu memiliki ciri khas dari "remekan atau retakan" pada motif batik diibaratkan dengan tembok atau tanah yang pecah. Disini ada 22 motif Bakaran sendiri yakni: Blebak Lung, Blebak Kopi, Blebak Urang, Kopi Pecah, Blebak Duri, Gringsing, Limaran, Sido Rukun, Gandrung, Manggaran, Padas Gempal, Bregat Ireng, Kedele Kecer, Merak Ngigel, Rawan, Magel Ati, Liris, Nam

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tikar, Sido Mukti, Truntum, Puspo Baskoro, dan Ungkel Canthel. Dari semua batik Bakaran yang terkenal dengan ciri khasnya adalah motif Blebak Urang, karena motif ini merupakan motif khas yang terinspirasi dari penghasilan lautan seorang nelayan disana, karena sebagian besar warga di Bakaran ini seorang nelayan. Selain memproduksi semua motif Batik Bakaran, akan tetapi di Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi atau menghasilkan Batik motif desain luaran daerah, yakni Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus. Oleh karena itu, tentu ini menjadi faktor pendukung internal seorang pengrajin Batik Tulis Sekar Arum, karena pengrajin disini bisa membuat motif baik motif bakaran ataupun luar daerah.

3) Faktor Eksternal meliputi terdapat konsumen setia dari produk Batik Tulis Sekar Arum, sehingga tidak berpengaruh persaingan batik. Batik Tulis Sekar Arum bekerja sama dengan lembaga-lembaga khususnya lembaga pemerintahan desa dan lembaga pendidikan. Selain itu, perhatian dari pemerintah kota Juwana terhadap Batik Tulis Sekar Arum melalui program-program pelatihan, ajang pameran. Program-program ini tentu sangat penting untuk meningkatkan daya saing pada Batik Tulis Sekar Arum. Selain itu juga, adanya dukungan dan masukan tentang hasil produk dari pelanggan atau konsumen dalam pengembangan Batik Tulis Sekar Arum.

REPOSITORI IAIN KUDUS