

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum *Nalendra Galery*

a. Sejarah Berdirinya *Nalendra Galery*

Nalendra Galery adalah salah satu terkait dengan perbatikan, *Gallery* ini dikelola oleh seseorang perempuan yang memiliki kekaguman pada tokoh nasional yang terkait dengan emansipasi yaitu R.A Kartiniserta beliau yang mempunyai peran dalam dibalik pengenalan batik Jepara secara lebih luas, Beliau yang dimaksud adalah Suyanti Djatmiko. Beliau belajar membuat batik secara otodidak dengan caramengamati terkait perbatikan, beliau juga banyak mengetahui tentang batik melalui kunjungan ke museum-museum batik dan galery-gallery batik dan didukung serta dengan memahami buku-buku terkait dunia batik.¹

Nalendra Gallery memulai kegiatan diawali pada tahun 1996, namun dimasa tersebut *galery* ini terfokus pada pengembangan lukisan serta ukirannya saja, Menginjak tahun 2007 barulah *gallery* ini memproduksi serta mengkomersialkan diiringi dengan inovasi berupa motif yang dikembangkan dan menggunakan motif ukir ragam hias Jepara. Di *Gallery Nalendra* tidak menggunakan penunjuk pada umumnya yang biasanya berupa plang maupun banner dengan tulisan yang besar akan tetapi lebih memilih pada ukiran kayu yang ukurannya sedang, menutup bunda yanti agar orang-orang yang melintas disana menjadi penasaran ingin mengunjungi dan akan lebih komunikatif tentang *Nalendra Gallery*. Awal mula *Nalendra Gallery* memproduksi batik adalah karena bunda Yanti sendiri sang pemilik merasa tergugah setelah bunda mentauladani lewat membaca dan memahami buku R.A Kartini, dalam

¹ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.30 WIB.

buku tersebut di jabarkan mengenai R.A Kartini terkait kegiatan perbatikan.²

Dengan mempelajari batik jepara yang ada kaitannya dengan R.A Kartini ini, bunda Yanti terpacu untuk meluhurkan tradisi yang sebelumnya dilakukan oleh R.A Kartini. Dengan latar belakang demikian bunda mencoba untuk bisa lebih mengkaji serta menelusuri secara lebih mendalam jejak peninggalan dari batik jepara. Dengan dimulai pencarian pada museum-museum di jepara serta museum di Jogja maupun Solo, akan tetapi belum mendapati hasil yang diharapkan, hingga selanjutnya beliau berbicara kepada mertua beliau terkait batik Jepara, dari hal tersebut didapati kejelasan bahwa orang jepara pada zaman dahulu juga terlibat dengan kegiatan membatik.

Yang termasuk didalamnya adalah R.A Suci yang merupakan eyang dari bunda Yanti, pada zaman dahulu merupakan salah satu murid R.A Kartini dimana pembelajaran terhadap batik didapat dari R.A Kartini. yang kegiatannya pada saat itu berlangsung di pendopo kabupaten Jepara. dengan dominan penggunaan motif Mataram mengingat R.A kartini lebih sering bersosialisasi dengan orang dari Mataram, sehingga penggunaan motif cenderung pada model Mataram, dimana pada zaman tersebut belum diklasifikasikan seperti sekarang. R.A Suci dilahirkan di kota Solo, merupakan anak perempuan ke enam dari R. Marto Rejo asisten Wedono Onder Distrik Kedung Jepara. pada masa tersebut membuat batik berjumlah 30 yang dimaksud untuk dikoleksi dan diberikan kepada ke 6 anaknya, dimana dilakukan pembagian peranak berjumlah 5 batik. dari dorongan tersebut membuat bunda Yanti terdorong lebih bersemangat untuk membangun kembali serta mengembangkan batik Jepara dengan dibarengi inovasi bukan terkait dengan motif dari golongan lain seperti yang pernah dilakukan eyangnya, dalam upaya mengetahui jenis batik jepara, dilakukan juga observasi

² Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.32 WIB.

pada pameran batik skala nasional, serta tidak adanya demikian pencarian informasi dilakukan dengan mengamati berbagai museum batik dengan lebih banyak lagi jangkauannya.³

Dapat kita ketahui bahwa perjuangan dalam mendapat titik terang mengenai batik jepara tidak bisa dikatakan mudah, dari mulai pencarian informasi diberbagai wilayah yang tentunya mengorbankan waktu. Selain guna menunjang potensi daerah juga dimaksudkan agar bisa memenuhi selera masyarakat, dengan demikian pembuatan tidak hanya memprioritaskan asal jadi, tetapi mencodongkan pada memberikan nuansa yang beda, maka demikian tidak ditemukan kesamaan antar batik kecuali bila ada pemesanan batik cap.⁴

Sampai dengan sekarang koleksi motif di Nalendra gallery Jepara mencapai jumlah sebesar 100 desain. yang motifnya didapati dari inspirasi berbagai macam hias yang mempresentasikan kota Jepara. Motif ukiran identik dengan masyarakat Jepara dengan demikian mudah mempresentasikan ciri khas dari motif yang dibawa karena masyarakat lebih mengenali motif tersebut. Dimana motif buga dominan digunakan yaitu stilasi dari kereta rambat dan daun Jumbai, dan buahnya dari buah buni atau buah wuni. dari pemilihan motif untuk dikembangkan tidak hanya sekedar hiasan tetapi ciri khas yang ditampilkan dibarengi dengan filosofi yang terkandung didalamnya.

Berkat perjuangan dari bunda Yanti hingga saat ini *Nalendra Gallery* sudah di kenal oleh banyak orang bahkan mancanegara dan ada juga selebriti yang mengunjungi Nalendra Gallery seperti Dimas Back, Hanung Bramantyo dan lain-lain.⁵

b. Kegiatan Nalendra Galery

Selain produksi batik, *Nalendra Galery* berbagai kegiatan yang mulai terlaksana sejak tahun 2008, dimana

³ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.35 WIB.

⁴ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.32 WIB.

⁵ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.33 WIB.

dalam acara diikuti dan diselenggarakan oleh *Nalendra Galery* diantaranya:⁶

- Pengadaan serta ikut mengambil peran dalam acara gelar batik seni ibu yang diselenggarakan dalam peringatan hari ibu tahun kebangkitan nasional yang diadakan pada tanggal. Dalam kegiatan ini *Nalendra Galery* dipercayakan sebagai penyeenggara diacara tersebut, dalam berjalannya acara bunda Suyanti ikut mengajak pihak yang terkait dengan perbatikan dari bermacam tempat asal untuk berkontribusi diantaranya dari Yogyakarta, Semarang, Kudus, dan daerah jepara sendiri. Kegiatan tidak hanya diikuti pihak ahli dalam perbatikan tetapi dari ibu-ibu pejabat juga mengambil peran dalam meramaikan acara
- Sering mengikuti pameran EXPO di daerah Jepara di luar Jepara bahkan di luar daerah seperti di Jakarta.
- Sering mengadakan lomba membuatik dengan menggunakan motif Jepara.
- Sering ada kunjungan dari anak-anak pelajar mahasiswa maupun SMK, SMP, SD, TK maupun ibu-ibu PNS.
- Menerima berbagai pihak yang ingin belajar membuatik khususnya batik khas Jepara, biasanya ada siswa SMK yang magang disana.

c. Visi dan Misi

Fokus dari tujuan dalam pendirian nalendra galery adalahguna mendapatkan pendapatan serta keuntungan. Tidak hanya sebatas mencari keuntungan dan menambah *income* kegiatan usaha *Nalendra Galery* diiringi serta niat untuk melesta rikan kesenian melalui batik tulis disamping itu juga membuka lapangan pengerjaan untuk para pengrajin batik dan orang disekitarnya.

- Visi
 “Melestarikan budaya bangsa khususnya yang bersifat tradisional supaya tetap lestari pada masyarakat globalisasi sekarang ini,

⁶ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.34 WIB.

Mempertahankan budaya lokal menumbuhkan rasa cinta terhadap batik”

- Misi
 - mempertahankan batik sebagai warisan dari nenek moyang
 - mengedukasi anak-anak muda agar cinta batik
 - menciptakan lapangan pekerjaan
 - membuat batik yang berkualitas dan beraneka ragam motif
 - memperoleh laba

d. Lokasi Industri *Nalendra Gallery* batik

Industri batik *Nalendra Gallery* berada *Gallery* ini berada di desa Panggang kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, yang bertempat pada Jln. Mangun Sarkoro no.54 Jepara, berada pada posisi berseberangan dengan Badan Lingkungan Hidup.⁷

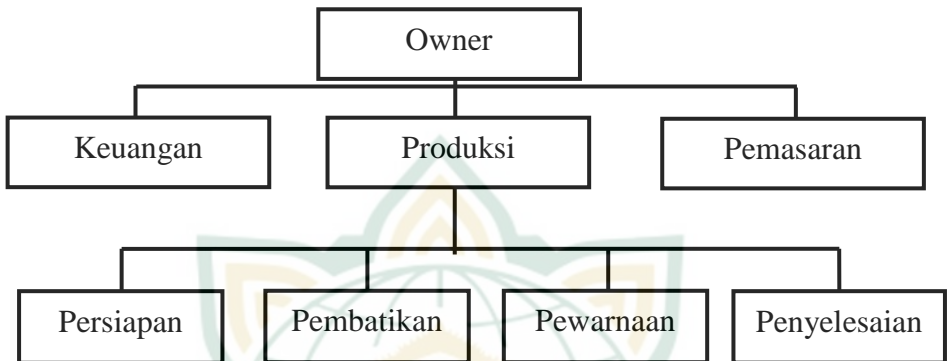
e. Struktur Organisasi *Nalendra Gallery*

Organisasi adalah suatu perkumpulan dalam wujud kesatuan antar berbagai pihak dengan didasari kesamaan seperti identitas, latar belakang, serta tujuan bersama yang telah ditentukan. Organisasi identik dengan pekerjaan dengan mengedepankan kerja kolektif serta sistematis antar pihak terkait yang didasari tujuan yang sama. Organisasi pada saat terbentuk yang harus diperhatikan yaitu penyesuaian pembagian tugas, komitmen serta tanggung jawab yang jelas.⁸

⁷ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.38 WIB.

⁸ Timotius Duha, *Perilaku Organisasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018):2

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi



Pembagian penugasan yang sesuai sangat mempunyai peran penting, pada pihak yang terlibat dalam hal ini karyawan dengan keahlian dengan tujuan agar pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan secara efektif maupun efisien. Adapun pembagian tugas di *Nalendra gallery* seperti berikut ini:⁹

a. Owner

- 1) Mempunyai tugas serta wewenang maupun komitmen dalam mengelola usaha.
- 2) Tanggung jawab urusan usaha dan penentuan strategi yang efektif dan efisien untuk perusahaan.
- 3) Tugas berupa perencanaan, pemeriksaan, pengelolaan, dan penyimpanan dana yang ada pada industri.
- 4) Bertanggung jawab penuh yang dimiliki industri.

b. Keuangan

- 1) Perencanaan keuangan Perusahaan.
- 2) Kebijakan dalam mengatur arus keuangan perusahaan.
- 3) Penyusunan kebijakan dalam anggaran pada perusahaan.

⁹ Hasil Wawancara dan observasi Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.39 WIB

c. Marketing

- 1) Menjangkau kegiatan pemasaran baik dalam maupun luar daerah.
- 2) Pemastian terkait ketersediaan barang yang disesuaikan dengan permintaan dan lain sebagainya.
- 3) Pengecekan serta pengelolaan terkait barang yang direncanakan untuk didistribusikan.
- 4) Penentuan kebijakan terkait kegiatan promosi serta penjualan, terkait berbagai kegiatan yang bertujuan pada promosi seperti periklanan, pengadaan acara dan lain sebagainya.

d. Bagian Persiapan

- 1) Membuat motif dengan kreatifitas dan inovasi.
- 2) Motif yang telah dibuat lalu di blat ke kain putih.
- 3) Bertanggung jawab penuh dengan semua desain yang telah dibuat.

e. Bagian Pematikan

- 1) Mencanting pada kain yang telah ada gambar motifnya.
- 2) Memberi warna pada kain yang telah di canting.
- 3) Bertanggung jawab penuh dengan semua bagiaannya.
- 4) Melorot dan menjemur kain sesuai ketentuan yang telah ada.
- 5) Bertanggung jawab penuh ddengan semua yang dikerjakan.

f. Bagian Penyelesaian

- 1) Bertugas dalam *finishing control* terhadap hasil dari produksi.
- 2) Bertanggung jawab penuh dengan terkait keseluruhan bagian.¹⁰

f. Produk-produk yang dijual di *Nalendra Galery*

Berbagai produk yang dijual pada *Nalendra Galery* antara lain yaitu:

- 1) Batik Tulis asli
- 2) Batik cap asli

¹⁰ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.40WIB.

g. Aspek Produksi

a. Persiapan produksi

Dalam perencanaan produksi, langkah sebelumnya yang terpenting mempersiapkan rencana seperti mempersiapkan berbagai hal yang dibutuhkan, baik mencakup dari awal sampai akhir produk tersebut dapat dipasarkan.

Persiapan awal yang dilakukans sebagai berikut:

1. Perencanaan

- a) Menerima pengerjaan model yang diberikan dari bagian desain, yang telah disesuaikan baik berupa motif, kualitas serta berbagai hal lain.
- b) Melakukan perencanaan dalam produksi kedepannya

2. Mempersiapkan berbagai macam kebutuhan yang menunjang kegiatan produksi, yang terkait didalamnya berupa bahan baku, bahan pemotong, serta peralatan yang dibutuhkan pada (*stamped batik*), serta (*spray batik*).

b. Bahan-bahan untuk produksi

1) Bahan baku

Bahan baku terkait produksi batik diantaranya mori, yang disesuaikan berdasarkan rencana serta kebutuhan di *Nalendra Galery*. dimana pada mori sendiri terdapat empat jenis yaitu; mori berkolon, mori primissima, mori prima dan mori biru.

2) Bahan penolong

Bahan penolong sebelumnya diperoleh, yang digunakan antara lain yaitu:

- Lilin
- Paraffin
- Bahan pewarna
- Waterglass (pengunci)

3) Alat-alat produksi

- Canting
- Kompor
- Wajan
- Koran
- gawangan

B. Deskripsi Data Penelitian

a. Data Permasalahan apa yang dihadapi *Nalendra Galery* dalam implementasi *marketing mix* pada masa pandemi covid-19

Meskipun sudah menerapkan strategi *Marketing Mix* banyak permasalahan yang dihadapi *Nalendra Galery* pada masa pandemi, diantaranya yaitu:¹¹

Yanti Djatmiko selaku owner mengatakan “Pada saat produksi permasalahan yang dihadapi adalah dalam memproduksi tidak bisa produktif karena selama pandemic mengalami hambatan, misalnya pada waktu yang ditentukan berangkat mulai jam 08.00 pulang pada jam 16.00, di masa pandemi jam kerja di kurangi jadi untuk produksi batik berkurang akibat adanya aturan baru yang ditetapkan oleh pemerintah untuk mengurangi aktivitas, kami juga mengalami kendala terhadap bahan baku karena agak kesulitan pada pengiriman yang lebih lama”

Harga yang ditetapkan mempunyai pengaruh dalam volume penjualan maupun berpengaruh pada tingkat keunggulan bersaing. Dimana harga seringkali dijadikan alasan mendasar konsumen untuk melihat apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan keadaan konsumen atau tidak. Bunda Yanti Djatmiko selaku owner menuturkan bahwa “mengingat harga batik yang identik mahal dikarenakan proses pembuatan yang rumit dan membutuhkan skill membuat sehingga rata-rata yang melakukan pembelian dari orang kalangan menengah keatas. Sehingga penentuan harga mengalami kendala yang berakibat penjualan menurun karena karena mengingat ekonomi atau pendapatan masyarakat Indonesia berkurang karena adanya pandemic covid-19 yang banyaknya orang mengalami penurunan gaji atau

¹¹ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.45 WIB.

pendapatan sehingga berakibat pada pengurangan jumlah pekarja”

Bunda Yanti Djatmiko menuturkan bahwa “promosi yang kami lakukan banyak diantaranya yaitu melalui media sosial, pameran, event seni daerah, juga mulut ke mulut. promosi yang biasanya saya lakukan adalah dengan cara mulut kemulut tapi dengan adanya pandemi ini mengalami kesulitan dan hambatan akibat orang tidak terlalu banyak beraktifitas dan sering dirumah aja dengan begitu pada saat ini strategi ini tidak berjalan”

Adanya kendala terkait saat masa pandemi covid-19 seperti yang dikemukakan oleh owner *Nalendra gallery* bunda Yanti, beliau mengatakan:¹²

“Kami memilih lokasi *Nalendra gallery* berada ditempat yang strategis dan menarik perhatian, di dalam ruangan *Nalendra Gallery* juga memberikan fasilitas kepada konsumen seperti ruangan yang bersih, ruangan yang sejuk karena adanya tanaman hias, banyak pemandangan berupa lukisan dan barang antik tetapi *Nalendra Gallery* terkendala dengan adanya tempat yang kurang luas sehingga dengan adanya peraturan jaga jarak kami membatasi jumlah pengunjung.”¹³

b. Data Pelaksanaan Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di *Nalendra Gallery*

Dalam penerapan strategi bauran pemasaran *Nalendra Galery* langkah awal terkait dengan perumusan STP (*segmenting, targeting and positioning*) terkait dengan rangkaian alur pekerjaan

¹² Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.55 WIB.

¹³ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.47 WIB.

pada *Nalendra Galery* saat dilakukannya perumusan serta memaparkan strategi *Marketing Mix*.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bunda Yanti sebagai pemilik perusahaan:

“Dalam melakukan *segmenting, targeting and positioning* dari produk-produk yang dijual di *Nalendra Galery* memang sudah tersusun dan terencana seperti segmen dan target. *Nalendra Galery* memilih segmen berdasarkan usia konsumen, sedangkan dalam menentukan target rata-rata untuk kalangan menengah keatas”¹⁴

Segmentasi pasar pada *Nalendra galery* yaitu didasarkan pada tingkat usia yang dapat dikategorikan mulai anak-anak bahkan sampai dewasa tetapi biasanya berdasarkan pada status sosial masyarakat seperti kalangan pejabat sehingga didapat target untuk konsumen yaitu pada kalangan menengah keatas. Hal tersebut didasari alasan karena konsumen *Nalendra Galery* dari berbagai macam profesi yaitu meliputi karyawan bank, guru, DPR, banyak pejabat-pejabat lainnya. Sehingga *Nalendra Galery* harus memberikan pelayanan dan kualitas yang baik dengan nilai seni yang kental sehingga banyak konsumen dari kalangan atas yang mengunjungi dan berbelanja. Dalam melakukan STP pasar, Pemasaran terlaksana secara terarah dan penggunaan sumber daya yang terlaksana dengan lebih efektif serta efisien terkait dengan keputusan bagi konsumen.¹⁵

Intensitas yang meningkat pada bisnis-bisnis serta memberi keuntungan maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran dengan benar. Berikut *marketing mix* yang baik yang dilakukan oleh *Nalendra Galery*:

1) Produk (*product*)

Dalam kegiatan usaha terkait seni perbatikan keberhasilan dipengaruhi oleh penjualan yang

¹⁴ Hasil wawancara dengan Suyanti Selaku pemilik *Nalendra Galery*, Pada tanggal 7 Maret 2022, pukul 13.45 WIB.

¹⁵ Hari Wijaya dan Hani Sirine, “Strategi *segmenting, Targeting, Positioning* serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. “ *Journal Of Inovation And Entrepreneurship* 1, no.3 (2016):176

terjadi dan kreatifitas produksi yang semakin menarik perhatian orang. Produk merupakan hal utama yang mempengaruhi strategi pemasaran.

Peneliti bertanya: “bagaimana produksi batik di masa pandemic covid-19?”

Bunda Yanti sebagai pemilik *Nalendra Galery* menjawab:¹⁶

“Batik yang dihasilkan di *Nalendra Galery* sendiri merupakan batik yang mempunyai ragam motif yang bermacam-macam juga khas, kami banyak koleksi batik dengan motif yang memiliki filosofi tersendiri sehingga banyak konsumen yang akan tertarik ada pula konsumen yang *request* sesuai dengan keinginan motifnya akan tetapi dapat ditampilkan pra terbentuknya produk yang sudah jadi, sehingga produk yang di buat dapat disesuaikan terlebih dahulu dengan keinginan dari konsumen biasanya banyak yang order untuk seragam, produk-produk yang dihasilkan serta dipasarkan oleh *Nalendra Galery* terbagi menjadi dua jenis yaitu batik tulis dan batik cap”

2) Harga (*Price*)

Tingkat pendapatan yang didapat terkait erat dengan penetapan harga yang disesuaikan pada produk. Dimana masa pandemic ini penentuan harga harus disesuaikan demi meminimalisir kerugian. karena berdampak terhadap beberapa hal.

Peneliti bertanya: “apakah strategi harga yang di terapkan pada saat pandemic covid-19 di *Nalendra Galery*?”

Dari hal demikian pemilik dan konsumen pada *Nalendra Galery* mengungkapkan bahwa:

“Dalam penentuan harga di masa pandemic covid-19 sebenarnya kami mengalami penurunan karena batik harganya identik mahal

¹⁶ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.47 WIB.

karena prosesnya yang rumit dan membutuhkan kreatifitas yang tidak semua orang bisa sedangkan pada masa pandemic covid-19 pendapatan masyarakat umumnya mengalami penurunan sehingga di *Nalendra Galery* banyak batik yang di beri diskon untuk menentukan harga standar agar konsumen tetap tertarik dan konsumen masih bisa terus melakukan pembelian meskipun dengan pendapatan yang menurun, untuk batik tulis sendiri cenderung lebih mahal berkisar 2”

Serta tanggapan dari konsumen terkait harga yang telah ditetapkan *Nalendra Galery* pada masa pandemi covid-19 yaitu:

“Adanya diskon penetapan harga yang identic lebih murah membuat saya tertarik untuk membeli produknya meskipun batik di *Nalendra Galery* di tambah dengan kreatifitas dan inovasi yang baru yang memiliki nilai seni tersendiri”¹⁷

3) Promosi (*Promotion*)

Kegiatan *promosi* yang cenderung dipilih oleh pihak *Nalendra Galery* yaitu personal Selling, dimana mempresentasikan produk secara langsung bermodal kemampuan lisan lewat interaksi dengan calon konsumen dengan maksud mendapatkan konsumen.

Promosi selalu aktif dilakukan oleh *Nalendra Galery* untuk memberikan informasi tentang produk terutama keunggulan yang diberikan untuk memunculkan minat beli maupun mempengaruhi keputusan konsumen. Kegiatan promosi di *Nalendra Galery* dimulaidengan penentuan merek yang terkait dengan keunggulan pada produk yang diusung dimana dal hal ini terkait dengan batik, kemudian perusahaan juga sering dilakukan promosi lewat saluran media soaial seperti Instagram, Facebook, serta yang lainnya ,pemanfaatan *Internet marketing*, dengan

¹⁷ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.47 WIB.

menawarkan lewat *email* ke perusahaan atau instansi, mensponsori suatu kegiatan atau acara, sering mengikuti pameran-pameran penjualan batik pada event tertentu, serta sering mengadakan promo-promo menarik seperti dengan pembelian banyak ada diskon yang diberikan. Untuk memberikan daya tarik pada pengunjung maka dilakukan berbagai macam kegiatan seperti pelajaran membatik sehingga tidak hanya membeli, pengunjung juga ikut merasakan proses yang dilakukan seperti *mencanting* (menggambar pola batik dikain menggunakan canting).¹⁸

Alat promosi yang diterapkan oleh *Nalendra galery* yaitu:

- Brosur, Sebagai pengingat yang diiklankan mengenai informasi produk dari *Nalendra galery* ke khallayak ramai.
- Kartu nama, mempunyai peran yang serupa biasanya lebih spesifik pada tempat usaha di *Nalendra galery*. Hanya saja pada kartu nama tidak mencakup visualisasi produk.
- Surat kabar dan media online, sebagai Langkah dalam memperkenalkan produk baru.
- Billboard, merupakan salah satu sarana di *Nalendra Galery*. Pemasangan *billboard* diusahakan pada tempat yang dapat menjangkau banyak perhatian sehingga berpotensi menambah calon konsumen.
- Pameran/event, mempunyai manfaat dalam meningkatkan daya tarik sehingga berpengaruh pada pendapatan.

4) Strategi Lokasi (*Place*)

Penentuan lokasi dapat dianggap peran vital dalam kegiatan ini. Yang mana lokasi mampu memberi dampak yang menguntungkan dalam

¹⁸ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.48 WIB.

tingkat kesuksesan khususnya pada kegiatan pemasaran. Dalam penempatan lokasi *Nalendra Galery* memilih lokasi mudah dijangkau dekat dengan jalan, Pusat keramaian seperti alun-alun Jepara, dekat dengan masyarakat yang bermukim dan lain sebagainya. Peneliti bertanya “apakah strategi yang diterapkan untuk lokasi agar orang nyaman dan tertarik?”

Seperti halnya yang disampaikan oleh bunda Yanti:¹⁹

“Dalam pemilihan lokasi kami memilih berada ditempat yang strategis seperti sekarang ini pemilihan lokasi terletak dipinggir jalan raya, dekat dengan penduduk serta dekat tempat wisata dengan penduduk dengan tata letak toko yang menarik karena didalamnya terdapat banyak benda unik dan lukisan yang menarik dengan tata letak toko yang strategi.”

5) *People (SDM)*

Peneliti bertanya kepada owner *Nalendra Galery* tentang kriteria karyawan untuk bekerja *Nalendra Galery*:

“Apakah ada kriteria untuk bekerja di *Nalendra Galery*?”

Bunda yanti selaku pemilik *Nalendra Galery* menuturkan bahwa:

“Pelayanan dan penampilan disini juga menjadi pertimbangan, harus rapi karena sebagai penghargaan untuk tamu kita sekaligus sopan dan juga ramah terhadap konsumen untuk menjelaskan produk dan setiap filosofi batik kita”²⁰

Peneliti bertanya kepada salah satu konsumen di *Nalendra Galery* bernama Lastri:

“Bagaimana penampilan dan pelayanan yang diberikan kepada pembeli di *Nalendra Galery*?”

¹⁹ Dewi Untari dan Dewi Endah fajar, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Diskriptif Pada Akun @Subur-Batik)” *Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2, no.2 (2018): 272

²⁰ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 13.45 WIB.

Konsumen yang bernama Lastri menjawab:

“Orang nya ramah-ramah, jujur, suka ngasih tau motif terbaru dari batik tulis maupun cap dan juga memberi tahu mengenai filosofi yang terkait dalam batik tersebut, jadinya saya tertarik dengan penjelasannya sehingga saya membelinya.”²¹

6) *Process (Proses)*

Peneliti bertanya pada Bunda Yanti selaku owner *Nalendra Galery*:

“Bagaimana Langkah-langkah dalam membuat batik tulis dan batik cap?”

Bunda Yanti menjawab:

“langkahnya banyak, untuk yang batik tulis lebih rumit prosesnya langkah pertama kita harus mendesain motif sesuai dengan ide kita menggunakan kertas setelah itu di blat di kain putih polos/mori lalu menuju ke proses canting kain yang sudah di blat tadi sesuai motif, kemudian setelah selesai kain tersebut diwarnai dengan menggunakan warna naptol kemudian di kunci menggunakan waterglass biarkan selama 30menit setelah itu cuci kain tersebut kemusian baru direbus, dicuci, disetrika, dan dikemas. Untuk yang batik cap hampir sama tetapi batik cap lebih praktis pembuatannya yang membedakan adalah batik cap tidak melalui proses canting tetapi menggunakan proses cap sesuai motif cap yang berbagai kuningin.”²²

Wawancara dan observasi dengan salah satu pembeli:

“Waktu saya datang langsung dipersilahkan, ditanyain nyari apa? Baru ditunjukin tempat. Pas saya bingung mau cari warna batik yang sesuai saya harapkan saya diambalikan yang sesuai keinginan saya, di tunjukin motif terbaru dari

²¹ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.10 WIB

²² Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 13,13 WIB

batik. Kalau sudah cocok dihitung dan langsung saya bayar.”²³

7) *Physical evidence (Bukti Fisik)*

Peneliti bertanya kepada bunda Yanti selaku Owner di *Nalendra Galery*:

“Bagaimana penataan ruang ada isi toko ini pada masa pandemi covid-19 agar pembeli dapat merasa nyaman? Serta fasilitas apa yang diberikan kepada konsumen?”

Bunda Yanti selaku owner menjawab:

“Tempat yang kami sediakan mempunyai keunikan dan klasik seperti penataan dengan adanya lukisan-lukisan yang menambah kesan seni adanya banyak tanaman di tengah galery kami dan juga banyak aquarium ikan hias agar orang tidak bosan saat melihat dan bisa foto disana, konsumen juga bisa melihat proses mencanting di lokasi tersebut dan bisa langsung mencoba membuat dengan didampingi oleh karyawan. Penataan batik di etalase rapi dan kami tambah lagi dengan etalase kayu ukir Jepara yang terkesan mewah. Tetapi pada saat pandemic kami mewajibkan konsumen untuk mengikuti protokol Kesehatan yang di anjurkan pada masa pandemi covid-19 di luar ruangan terlebih dahulu di sediakan tempat mencuci tangan dan setelah masuk disediakan juga masker”²⁴

Hasil wawancara dan observasi kepada pembeli:

“Saya sangat tertarik dengan penataan ruangnya, disana banyak benda kesenian berupa lukisan, angklung, guci besar dan lain-lain sehingga saya sangat suka berfoto disana tapi pada saat pandemi

²³ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.17 WIB

²⁴ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.15 WIB

diwajibkan untuk memakai masker dan cuci tangan.”²⁵

8) *Packaging* (pengemasan)

Peneliti bertanya kepada Bunda yanti selaku owner *Nalendra Galery*:

“Bagaimana pengemasan produk yang telah di beli oleh konsumen?”

Bunda Yanti selaku owner menjawab:

“Pengemasan kita buat semenarik mungkin, dengan desain yang khas dan kami menggunakan kemasan yang berbahan kertas sehingga lebih ramah lingkungan. Pertama batik yang sudah jadi dan rapi kita masukkan ke plastik setelah itu menggunakan kotak kertas yang di beri logo *Nalendra Galery* lalu masih di beri tas yang juga berbahan kertas dan didalamnya dilengkapi dengan brosur *Nalendra galery* yang berisikan semua keterangan mengenai produk dari nalendra”²⁶

9) *Payment* (Pembayaran)

Peneliti bertanya kepada Bunda Yanti selaku owner *nalendra Galery*:

“Bagaimana cara pembayaran yang digunakan *Nalendra Galery* Jepara?”

Seperti yang diungkapkan oleh owner dari *Nalendra Galery* mengatakan:

“Tidak ada system khusus di sini orang membayar langsung tunai dibayar lunas, tidak ada yang bayar secara kredit, tetapi melayani pembayaran melalui transfer antar bank jadi jika ada yang pesan batik, bayar dp dulu baru setelah batik jadi semua baru di bayar lunas bisa melalui transfer dan juga tunai.”²⁷

²⁵ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.21 WIB

²⁶ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.17 WIB

²⁷ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.22 WIB

Persamaan pernyataan yang disampaikan oleh salah satu karyawan di *Nalendra galery*:

“Pembayaran disini bisa bayar tunai dan juga melalui transfer antar bank, tetapi mayoritas pembelinya menggunakan uang tunai.”²⁸

3. Analisis Data

a. Permasalahan apa yang dihadapi *Nalendra Galery* pada masa pandemi covid-19

Adanya kejadian pandemi covid-19 yang tidak diketahui sebelumnya dan tidak dikehendaki oleh masyarakat memberikan pengaruh yang besar terhadap masyarakat sehingga merubah pola kebiasaan dari sebelumnya. Wabah yang terjadi berpengaruh secara menyeluruh baik sosial maupun ekonomi seperti terbatasnya mobilitas yang ada pada masyarakat. sehingga menghambat terutama dalam berbisnis yang biasanya dilakukan dengan cara bertemu.

Para pelaku bisnis terbatas dalam menjalankan kegiatannya bahkan dalam mencapai tujuan. Selain keterbatasan yang menghambat daya beli juga mengalami hal yang menurun dari biasanya akibat wabah covid-19 hal itu mengalami penurunan pada tingkat penjualan para pelaku bisnis UMKM. Hal tersebut berpengaruh pada pendapatan yang menurun dan tidak sesuai harapan. Dampak yang merugikan adalah bisnis yang dijalankan bisa berhenti beroperasi diakibatkan menurunnya kegiatan ekonomi.

Kegiatan UMKM bila ingin bertahan maka harus melakukan pengambilan keputusan yang disesuaikan dengan keadaan yang sedang terjadi. dimana salah satu yang berpengaruh adalah bagian pemasaran. dimana terkait dengan bauran pemasaran. pengambilan keputusan tentu yang memberi dampak baik dimana pengambilan keputusan memberi dampak kedepannya terkhusus pada penjualan yang merupakan hal penting. dimana diharapkan dapat meningkat walaupun dalam kondisi terhambat wabah covid-

²⁸ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 7 Maret 2022, pukul 13.25 WIB

19, dengan demikian tantangan yang diberikan menuntut perusahaan bisa berkembang lebih baik lagi.

Dari kegiatan wawancara yang telah dilaksanakan mengenai kesulitan atau masalah yang dihadapi pada *Nalendra Galery* di masa pandemic covid-19 berikut ini:

- Pada proses produksi terutama dalam pengaruh wabah yang mengakibatkan pandemic covid-19 produksi batik mengalami penurunan karena terhambat oleh pengurangan karyawan dan juga pengurangan waktu kerja karyawan sehingga produksi sedikit. Banyak juga karyawan yang produksi dibawa kerumah sendiri sehingga produksi hasilnya kurang maksimal banyak yang melakukan kesalahan sehingga adanya hal tersebut lebih memperpanjang waktu untuk mengerjakannya.
- Bahan baku merupakan bahan dasar yang menunjang proses produksi. keterbatasan bahan baku mengakibatkan terhambatnya proses produksi. pada saat pandemi covid-19 memunculkan kendala dalam memperoleh bahan baku dan kendala kenaikan harga pada saat perolehan bahan baku harga kain melonjak naik, sedangkan produksi canting terdampak telatnya bahan baku dikarenakan mobilitas yang menyangkut pendistribusian terbatas atau terhambat oleh kebijakan mitigasi yang dilakukan pihak terkait.²⁹
- pada masa pandemic *Nalendra Galery* pernah mengalami kendala dalam membayar gaji karyawan terjadi karena saat itu pendapatan menurun akibat sedikitnya permintaan konsumen. Kendala dalam membayar gaji karyawan disebabkan oleh pandemi covid-19 juga terdapat faktor yang menyebabkan turunnya penurunan akibat dari produk yang mengalami kerusakan sehingga pengeluaran pada saat itu tidak sebanding dengan pendapatannya”.³⁰

²⁹ Hasil wawancara dengan Nia selaku pelanggan di *Nalendra Galery*, pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul WIB

³⁰ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.50 WIB.

- Mengingat harga batik yang identic mahal disebabkan oleh tingkat kerumitan dalam berlangsungnya proses juga melibatkan waktu yang lebih dengan begitu batik banyak diminati oleh kalangan orang yang ekonominya menengah keatas, sehingga pada saat pandemic covid-19 untuk mendapatkan konsumen *Nalendra Galery* Mengalami kesulitan sehingga pada penetapan harga dimasa pandemi covid-19 terjadi penurunan disebabkan pendapatan masyarakat rata-rata menurun sehingga banyak dari harga batik yang diskon untuk lebih memberikan keringanan pada konsumen sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya.³¹
- Kegiatan *promosi* yang dilakukan oleh pihak *Nalendra Galery* yaitu personal Selling, dimana mempresentasikan produk secara lisan lewat interaksi dengan calon konsumen dengan maksud mendapatkan konsumen. Pada masa pandemi covid-19 mengalami berbagai macam hambatan karena adanya peraturan pemerintah membatasi orang untuk keluar rumah dan mengurangi aktivitas diluar rumah dengan adanya hal tersebut membuat pendapatan semakin berkurang.
- Penentuan lokasi merupakan aspek yang tidak boleh dianggap sederhana. Yang mana lokasi mampu memberi dampak keuntungan dalam tingkat kesuksesan khususnya pada kegiatan pemasaran. Lokasi berperan dalam pemberian pelayanan serta pengenalan produk. Lokasi memberikan informasi tentang berbagai macam oprasional menncakup pada perusahaan dalam berproses terbentuknya suatu produk dan didapatkan serta jaminan ketersediaan pada target pasar yang telah ditentukan. Penempatan lokasi yang sesuai merupakan hal yang tidak bisa diremehkan dalam pencapaian suatu tujuan organisasi.³² Adanya pandemi *Nalendra Galery* mengalami kendala pada tempat yang kurang luas

³¹ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.52 WIB.

³² Warni lestari, Dkk. "Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam" *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis islam* 1, no.1 (2019): 73

sehingga diterapkannya pembatasan pengunjung dikarenakan memutus penyebaran covid-19 dengan cara jaga jarak”

b. Pelaksanaan *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di *Nalendra Gallery*

Strategi pemasaran terkait dengan perencanaan yang mencakup kegiatan pemasaran guna mendapatkan hasil yang diharapkan. Perusahaan juga harus menentukan segmen pasar didasarkan dari target yang telah ditentukan juga harus didukung dengan pelayanan yang maksimal. Perusahaan harus memahami serta mengenali karakter pasar, kemudian perusahaan akan memilih segmen mempunyai potensi dan menekankan pada pelayanan yang baik.³³

Strategi yang diterapkan oleh *Nalendra Galery* adalah melakukan strategi dimulai dengan dasar perumusan terlebih dahulu yaitu *segmentation, targeting, positioning* selain itu memperhatikan serta menjalankan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang meliputi strategi produk (*product*), strategi promosi (*Promotion*), strategi harga (*price*), strategi lokasi (*place*).³⁴

Berikut ini data berdasarkan strategi pemasaran yang peneliti peroleh diantaranya yaitu:

1. Segmentasi (*Segmentation*)

Segmentasi merupakan pembagian atau penggolongan pada tingkatan kelompok yang dapat diklasifikasi sesuai dengan kebutuhan, karakteristik, atau kesamaan lainnya yang memerlukan penyesuaian tertentu agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Segmentasi adalah langkah awal danyang utama dalam menunjang keberlangsungan perusahaan.³⁵

³³ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.02WIB.

³⁴ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.05WIB.

³⁵ Hari wijaya dan Hani Sirine, “Strategi *segmenting, Targeting, Positioning* serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap” *Journal Of Innovation And Entrepreneurship* 1, no.3 (2016):178

Bunda Yanti mengemukakan bahwa langkah pertama yang diambil oleh *Nalendra gallery* adalah dengan adanya segmentasi pasar. Segmentasi pasar difokuskan pada konsumen dari suatu organisasi, institusi maupun komunitas. Terdapat beberapa variable yang berperan dalam penerapan segmentasi diterapkan oleh *nalendra gallery* yaitu dengan klasifikasi atau kategori dalam tingkatan umur, pendapatan serta kelas sosial.³⁶

2. *Targeting*

Targeting merupakan suatu langkah evaluasi pada konsumen untuk seterusnya difokuskan pada salah satu karakter yang berpengaruh besar terhadap kemajuan perusahaan. *Targeting* mencakup penyeleksian serta pemilihan agar kegiatan pemasaran bisa lebih terfokus.³⁷

Proses *targeting* mengharuskan perusahaan agar mampu mengidentifikasi konsumen yang dapat dijangkau dan pemberian layanan dengan efektif serta efisien, dengan penerapan *Targeting* maka lebih bisa terfokus dalam mentargetkan pemasaran. yang tentunya dasar yang digunakan diukur dari tingkat potensi yang didapat,serta kesesuaian produk terhadap karakter pasar.³⁸

Targeting dapat dikatakan memberikan dampak manfaat seperti penggunaan sumber dayadengan penuh dengan kesesuaian. Dimana target ditentukan oleh *Nalendra Galery* yaitu masyarakat menengah keatas karena harga batik identic mahal karena proses pembuatan yang lama dan rumit serta membutuhkan keahlian, serta target mulai dari anak-anak sampai dewasa, mayoritas konsumen atau *costumer* pada *Nalendra Galery* kebanyakan mata pencahariannya

³⁶ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.10 WIB.

³⁷ Hari wijaya dan Hani Sirine, “Strategi *segmenting, Targeting, Positioning* serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekap di Cilacap” *Journal Of Innovation And Entrepreneurship* 1, no.3 (2016):179

³⁸ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.11 WIB.

sebagai pegawai seperti guru, kantor, bupati, pegawai bank dan yang lainnya.³⁹

3. *Positioning*

Positioning adalah bagian terkait strategi pemasaran didefinisikan sebagai upaya saat dilakukan perusahaan oleh untuk mempersiapkan suatu produk agar bisa memberikan suatu hal yang menarik menurut konsumen.⁴⁰ *Nalendra Galery* mempromosikan perusahaannya sebagai karya seni yang harus dilestarikan dengan memproduksi batik tulis yang beragam motif dan inovasi yang adanehingga dapat menarik banyak orang untuk membeli.⁴¹

Marketing Mix atau bauran pemasaran juga dibutuhkan dalam mengidentifikasi peningkatan strategi pemasaran yang ditentukan oleh *Nalendra galery* dalam memberikan keuntungan lebih pada masa pandemic covid-19, dimana bauran pemasaran (*Marketing mix*) seperti berikut ini:

1) **Product (produk)**

Produk merupakan objek utama yang bernilai tentunya agar bisa memberikan kebermanfaatan terutama pada konsumen. Produk menjadi faktor penting karena modal keuntungan berada pada produk. sebelum membuat produk terlebih dahulu mengidentifikasi pasar sehingga target terarah dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.⁴²

Industry batik pada *Nalendra Galery* menjaga agar tetap sesuai pada saat proses awal sampai pada akhir. Melakukan pelayanan yang memberikan kenyamanan, dengan pemberian informasi secara jelas. *Nalendra galery* juga memperbolehkan masyarakat yang hanya sekedar mendapatkan informasi mengenai batik, karena

³⁹ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 13.50 WIB.

⁴⁰ Afnani Rosyida, Dkk. "Strategi *segmenting, Targeting Dan Positioning: Study On PT. Sidomuncul*" *Journal Of Islamic Economic Scholar* 1, No.2 (2020):110

⁴¹ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.12 WIB.

⁴² Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.13 WIB.

dalam hal pelayanan sendiri memberi pengaruh besar terhadap penilaian dari sudut pandang konsumen.

Nalendra Galery memilih bahan yang tergolong bagus dengan maksud menjadikan produk yang berkualitas. Konsumen juga dibebaskan dalam *request* motif maupun dibuatkan dengan menyediakan bermacam pilihan yang ingin dipesan. Saat dilakukannya proses pembuatannya sangat berhati-hati agar tidak ada kesalahan, apabila ada kesalahan segera mungkin akan dibenarkan, contohnya pada saat mewarnai, atau motif tercoret akan segera diperbaiki.⁴³

2) **Price (harga)**

Harga juga salah satu inti atau utama dalam pengaruh keputusan konsumen karena dijadikan dasar pertimbangan dari keputusan yang akan diambil, maka harga harus disesuaikan dengan nilai, ataupun besaran biaya produksi serta tingkat permintaan, agar perusahaan dapat mendapatkan hasil yang sesuai serta jauh dari kerugian.

Penetapan harga pada setiap usaha yang dilakukan tidak dapat disamakan karena dipengaruhi faktor yang berbeda-beda antar usaha yang dijalankan diantaranya adalah didasarkan pada biaya, laba serta tingkat persaingan. Penyesuaian harga dimasa pandemi merupakan hal yang penting dan ditekankan bagi pelaku usaha. Didalam penentuan harga *Nalendra Galery* juga juga mengukur tingkat kesulitan pada pembuatan batik tulis, jenis bahan keunikan motif, nilai filosofi batik dan gaji karyawan, biasanya batik tulis harkannya mulai dari 2juta-500ribu, untuk harga batik cap sendiri berkisar 500ribu-180ribu.

Harga yang diterapkan oleh *Nalendra Galery* merupakan harga yang sesuai dengan nilai seni batik itu sendiri sesuai dengan kesulitan yang dalam pengerjaan, begitu pula bahan kain ataupun pemilihan warna oleh konsumen, jadi dengan proses pembuatan yang rumit maka harga batik semakin mahal, namun

⁴³ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.14 WIB.

apabila batik cap maupun batik dengan motif yang sederhana dapat mendapatkan harga murah sehingga dapat dijangkau untuk masyarakat menengah. Karena orang yang tertarik dengan nilai seni motif batiknya banyak orang yang membeli meski dengan harga yang mahal.

3) *Promotion (promosi)*

Perusahaan berguna dalam memperkenalkan produk sehingga dapat dikenali serta diupayakan agar mencapai jangkauan yang lebih luas. dimana maksud serta tujuan agar dapat memberikan keuntungan lebih lewat pencapaian seperti meningkatnya penjualan.⁴⁴

Awalnya *Nalendra Galery* mempromosikan batik baik secara formal maupun informal mencakup dalam maupun luar kota. Seperti ikut kontribusi dalam berbagai macam acara atau kegiatan yang dapat dikaitkan dengan produk yang dibuat, dilaksanakannya study banding, pelatihan yang tidak hanya sekedar dalam desa atau dalam kota, jdi dilaksanakannya workshop, de ngan mulut kemulut, pelatihan pada anak magang SMK, dan penjualan luar kota.

Strategi promosi yang diterapkan *Nalendra Galery* dimasa pandemic ini yaitu dapat lewat sarana media sosial seperti Instagram, facebook serta web site. Dengan hal tersebut *Nalendra galery* bisa memberikan informasi tentang produk dengan jangkauan lebih. Dari berbagai keunikan motif batik yang ditawarkan makastretegi pemasaran pun disesuaikan. Hal tersebut dilakukan guna meningkatkan pejualan *Nalendra Galery* terutama pada masa pandemic.⁴⁵

4) *Place (tempat)*

Penentuan lokasi merupakan suatu elemen yang mempunyai peranan signifikan. Yang mana lokasiberpengaruh berupa keuntungan dalam tingkat

⁴⁴ Satria Tirtayasa, "Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kinerja pemasaran Industri Kecil Menengah sector Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa pandemic Covid-19" *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, no.1 (2021):109

⁴⁵ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 13.55 WIB.

kesuksesan khususnya pada kegiatan pemasaran. Lokasi berperan dalam pemberian pelayanan serta pengenalan produk. Lokasi memberikan informasi tentang berbagai macam oprasional menncakup pada perusahaan udalam upaya perwujudan produk dan didapatkan serta tersedia bagi target pasar yang telah ditentukan.⁴⁶

Penentuan lokasi merupakan salah satu pertimbangan yang penting. Yang mana lokasi menunjang dalam tingkat kesuksesan khususnya pada kegiatan pemasaran. Lokasi berperan dalam pemberian pelayanan serta pengenalan produk. Lokasi memberikan informasi tentang berbagai macam oprasional menncakup pada perusahaan untuk menjadikan produk dan didapatkan serta tersedia bagi target pasar yang telah ditentukan. Penempatan lokasi yang sesuai merupakan hal yang tak kalah penting dalam mencapai suatu tujuan organisasi.⁴⁷

Lokasi berdampak pada tingkat konsumen yang yang akan memilih produk karena keunggulan dari jangkauan maupu keunggulan dari kenyamana yang disajikan hal tersebut berdampak pada citra dari usaha yang dilakukan, selain itu lokasi juga dijadikan alasan tersendiri dalam keputusan konsumen.⁴⁸

Lokasi *Nalendra galery* berada disekitar alun-alun Jepara kota jadi posisinya berada di dekat tempat keramaian dan juga berada di sekitar wisata seperti Pantai Kartini, Museum, dan yang lainnya sehingga banyak wisatawan yang mampir ke *Nalendra Galery* untuk membeli oleh-oleh berupa batik tulis, lokasi yang berdekatan juga dengan kantor-kantor sehingga banyak dari kalangan pegawai yang membeli batik tulis.

⁴⁶ Warni Lestari, Dkk. “Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no.1 (2019):73

⁴⁷ Warni lestari, Dkk. “Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis islam* 1, no.1 (2019): 73

⁴⁸ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 13.59 WIB.

Selain hal demikian akses yang mudah dijangkau dikarenakan berada pada posisi strategis. Lokasi yang cukup luas atau memadai serta penataan yang terbilang nyaman dari tingkat kerapian banyak beda unik seperti lukisan, ikan hias, tumbuhan hias, dan patung yang biasanya orang tertarik untuk di buat foto kenyamanan yang berhasil dimunculkan sehingga konsumen lebih menikmati dalam melakukan perbelanjaan, disana juga dapat belajar membuat batik dan juga sekedar melihat proses pembuatan batik, didukung dengan tempat parkir yang cukup memadai memberikan kenyamanan serta meminimalisir dari rasa was-wasa sehingga konsumen bisa lebih tenang. Dimasa pandemic *Nalendra Galery* selalu menerapkan protocol Kesehatan, seperti penggunaan sabun dalam mencuci bagian tangan dan juga tersedia handsanitizer di setiap tempat yang bisa digunakan oleh konsumen, serta di sana diwajibkan untuk mengenakan masker, hal tersebut dimaksudkan agar menanggulangi resiko adanya penularan covid-19.⁴⁹

Ditinjau dari keterangan tersebut, strategi pemasaran yang diterapkan pada *Nalendra Galery* adalah pemasaran yang memberikan perhatian terkait *Marketing Mix (product, price, promotion, place)*. Dimana didalam pelaksanaannya strategi tersebut dapat memberikan ruang lebih untuk *Nalendra Galery*. Hal ini diterapkan pula pada *Nalendra Galery* dengan maksud meningkatkan penjualannya dimasa pandemi. Tidak hanya perhatian yang diberikan pada bauran pemasaran tetapi juga memperhatikan aspek yang mencakup proses penjualan.

5) *people (sumber daya manusia)*

Hasil wawancara kepada owner menyebutkan bahwa Pelayanan dan penampilan menjadi pertimbangan, harus rapi karena sebagai penghargaan untuk tamu sekaligus sopan dan juga ramah terhadap konsumen untuk menjelaskan produk dan setiap

⁴⁹ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 7 Maret 2022, pukul 14.01 WIB

filosofi batik sehingga konsumen agar lebih tertarik dengan produk yang kita jual.⁵⁰

Hasil wawancara dan observasi pada pembeli menyebutkan bahwa pelayanan yang diterapkan sangat bagus dan ramah, sabar dalam menjelaskan suatu produk batik.

Penjelasan teori mengenai hal tersebut tentang *People* adalah peranan manusia dalam memainkan suatu bagian dalam penyampaian layanan yang mempengaruhi persepsi pembeli.⁵¹ Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa *Nalendra galery* dapat menjalankan peran sumber daya manusianya dengan baik, sejalan dengan teori yang dikemukakan dimana pelayanan disana dapat mempengaruhi pembelinya.

6) *physical evidence* (bukti fisik)

Hasil wawancara pada owner *Nalendra Galery* bahwa adanya hiasan-hiasan seperti lukisan, taman, aquarium dan barang antik menambah kesan menarik sehingga konsumen dapat menikmati dan foto juga disana. Adanya etalase yang beda dari yang lain karena etalase tersebut ada ukiran kayu khas motif ukir Jepara juga penataan begitu rapi juga adanya kain yang di taruh di gawangan agar tampak full motif yang cantik dan terkesan mewah.⁵²

Hasil wawancara dan observasi terhadap pembeli juga menyebutkan bahwa mengatakan bahwa penataan ruangnya dan juga hiasan yang ada membuat kesan menarik dan juga nyaman sehingga orang akan tertarik pada penataan ruang dan banyak yang foto di upload di media sosial sehingga adanya hal tersebut menjadikan *Nalendra Galery* semakin di kenal banyak orang.⁵³

⁵⁰ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 14.02 WIB

⁵¹ Arief, "Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan, *Bayu Media Publishing*, (2007): 102

⁵² Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 14.05 WIB

⁵³ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.20 WIB

Hal tersebut berkaitan dengan teori yang di kemukakan oleh Arif, bukti fisik yaitu suatu lingkungan dimana disampaikan dan perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan segala komponen nyata yang yang memudahkan pelaksanaan dan komunikasi dalam sebuah layanan.⁵⁴

7) *process* (proses)

Hasil wawancara dengan owner ada beberapa proses atau tahapan dalam membuat batik tulis diantaranya.⁵⁵

- membuat desain batik pada kertas sesuai ide yang didapat tetapi biasanya *Nalendra Galery* mengutamakan desain dengan ciri khas motif ukir Jepara.
- Kemudian Hasil dari motif tersebut di blat ke kain menggunakan pensil.
- setelah motif sudah di blat ke kain mulailah mencanting sesuai pada motif yang di blat tersebut.
- setelah kain selesai di canting mewarnai sesuai keinginan dengan menggunakan warna remasol atau naptol.
- Lakukan penguncian menggunakan water glass, dan tunggu selama 30 menit
- Lalu bilas dengan air bersih
- Lakukan penglorotan atau merebus kain agar malam yang menempel pada kain menghilang.
- Lalu cuci kain dengan menggunakan air bersih dan jemur
- terakhir ke proses pengemasan

Proses pembuatan batik cap (lebih praktis dan juga harganya lebih murah):

- Sehelai kain putih atau kain mori langsung di cap dengan menggunakan cap batik yang berbahan tembaga ambil sesuai motif yang ada disana.

⁵⁴ Arief, "Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan" *Bayu Media Publishing*, (2007):102

⁵⁵ Hasil Wawancara Dengan Yanti Djatmiko selaku Pemilik *Nalendra Galery*, Pada Tanggal 8 Maret 2022, pukul 14.15 WIB

- Kemudian langsung saja di warnai sesuai keinginan
- Lakukan penguncian menggunakan water glass, dan tunggu selama 30 menit.
- Lalu bilas dengan air bersih
- Lakukan penglorotan atau merebus kain agar malam yang menempel pada kain menghilang.
- Lalu cuci kain dengan air bersih kemudian di jemur
- Terakhir ke proses pengemasan

Untuk proses pelayanan sebelum masuk pengunjung wajib memakai masker dan cuci tangan setelah itu pada saat datang ke *Nalendra Galery* bisa berfoto terlebih dahulu dan dapat mencoba mencanting dan melihat proses pembuatan batik secara langsung. Barulah ke tempat koleksi batiknya yang beragam motif memilih yang sesuai dengan kesukaan.

Sesuai pada teori yang dikemukakan oleh Dhewi yaitu proses menunjuk kepada bagaimana proses bisnis didalam perusahaan yang dijalankan dengan kualitas yang tinggi, harga yang serendah mungkin, dan dengan waktu penyampaian yang secepat mungkin.⁵⁶

8) **packaging (pengemasan)**

Wawancara dan observasi menemukan hasil bahwa pengemasan yang dilakukan oleh *Nalendra Galery* sudah bagus karena menggunakan 3 tahap yaitu batik di bungkus menggunakan plastik terlebih dahulu kemudian baru kotak box berbahan kertas biar ramah lingkungan, terakhir baru di taruh paper bag dan didalamnya dikasih brosur yang terkait profil nalendra galery. 3 kemasan tersebut sudah dilengkapi dengan logo *Nalendra Galery* dengan logo ciri khasnya yaitu khas motif ukir Jepara.

Sesuai dengan teori, pengemasan adalah wadah atau bungkus yang melindungi produk atau sekelompok produk. Kemasan fungsi tersebut yaitu melindungi produk atau sekelompok produk dari

⁵⁶ Dhewi Titis Shinta, “Strategi Bersaing untuk Keunggulan Bersaing”, *Bayu Media Publishing*, (2014):114

kerusakan atau bahaya untuk produk itu sendiri. Pemberian nama dan alamat toko pada bahan kemasan dapat dijadikan sebagai alat pemasaran yang penting.⁵⁷

9) *payment (pembayaran)*

Hasil yang peneliti temukan pada pembayaran di *Nalendra Galery* ini menggunakan pembayaran secara langsung atau cash dan bisa melalui transfer pada saat membeli lewat online karena pada masa pandemic covid-19 banyak yang membeli melalui online. Ada ketentuan tersendiri untuk pembeli yang melakukan pemesanan biasanya bayar DP terlebih dahulu setelah batik jadi langsung di bayar lunas, tidak melayani bagi pembayaran secara kredit.⁵⁸

Merujuk pada teori yaitu, pada pembayaran mempengaruhi kemudahan bertransaksi yang juga dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Sistem pembayaran yang digunakan oleh *Nalendra Galery* sudah umum digunakan pada transaksi dalam usaha apapun. Meskipun pada masa sekarang ini sudah dapat menggunakan metode lain.

⁵⁷ Kertajaya, Hermawan, Yuswondy, dkk, "MarkPlus on Strategy 12 tahun Perjalanan Markplus & Co Membangun Strategi Perusahaan", *PT.Gramedia Pustaka Utama*, (2012):235

⁵⁸ Hasil Wawancara dan Observasi Dengan konsumen *Nalendra galery*, pada tanggal 8 Maret 2022, pukul 13.31WIB