

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Semarang dikenal sebagai sentral kerajinan batik (Handayani et al., 2016:26). Sentral kerajinan batik di kota Semarang dikenal dengan nama Kampung Batik. Kampung Batik Semarangan terletak di kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur. Perjalanan adanya Kampung Batik telah dimulai sejak zaman kolonial Belanda dan masyarakat menyebut Kampung Batik Semarangan dikarenakan hampir seluruh masyarakat di kampung tersebut mencari mata pencahariannya dengan membatik. Eksistensi Kampung Batik Semarangan menurut sejarah yang pernah mati total dari tahun 1970 hingga tahun 1980an karena tidak adanya aktivitas membatik. Geliat aktivitas di Kampung Batik Semarangan kembali pada tahun 2005 (Suliyati, 2019:69). Batik di Kota Semarang diawali dengan adanya zaman penjajahan Belanda di mana masyarakat Kota Semarang terdorong untuk membuat batik sendiri.

Batik Semarangan adalah batik yang diproduksi oleh warga kota Semarang, dengan berbagai motif atau bentuk *icon* kota Semarang. Batik Semarangan memiliki motif yang unik, dikarenakan pengrajin Batik Semarangan menciptakan motif berdasarkan psikologis mereka atau membuat motif yang bebas. Batik Semarangan adalah warisan budaya khas dan unik,

sekaligus menjadikan identitas budaya Kota Semarang. Batik Semarangan juga memiliki motif yang menjadikan khas yaitu batik Tugu Muda, batik Lawang Sewu, batik Cheng Ho Neng Klenteng, batik Warak Ngendog (Handayani et al., 2016:27). Batik Semarangan berbeda dengan Batik Yogya, Batik Surakarta, Batik Lasem, Batik Pekalongan, Batik Cirebon atau Batik Bakaran (Pati), yang memiliki khas berbeda-beda (Suliyati, 2019:64). Motif unik yang dimiliki oleh Batik Semarangan membuat peneliti ingin mengetahui promosi penjualan oleh karena itu diperlukan adanya promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan Batik Semarangan.

Promosi penjualan sangat dibutuhkan dalam sebuah perdagangan. Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan sebagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembeli produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang beli pelanggan”. (Sumawidjaya, 2016:71) berdasarkan definisi dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan merupakan suatu bentuk promosi yang menawarkan alat insentif yang dikembangkan untuk merangsang para peminatnya terhadap suatu produk tertentu.

Dalam penelitian ini peneliti sudah melakukan observasi, pada 3 Toko Batik yang pertama Toko Batik Temawon, Toko Batik Ngesti Pandowo, toko Batik Bilqis. melihat secara langsung toko-Toko Batik yang sudah melakukan promosi penjualan tetapi belum menuju dalam langkah yang spesifik. Ada dari beberapa toko tersebut melakukan promosi penjualan melalui dengan sosial

media.Promosi penjualan yang dilakukan dengan memberikan potongan harga secara langsung dengan memberi beberapa produk batik.

Alvionita,et al (2022) dalam penelitian yang berjudul Promosi Penjualan Fashion dalam Menarik Minat Pembeli pada Akun Instagram @wannanthis.skh, menyebutkan bahwa promosi penjualan berkaitan dengan minat beli pada media sosial, promosi penjualan merupakan cara yang efektif dan efisien . Oleh karena itu, peneliti termotivasi untuk menganalisis promosi penjualan terhadap minat beli Batik Semarangan di Kampung Batik, sehingga penelitian ini berjudul **“Identifikasi Penggunaan Promosi Penjualan Batik Semarangan Kampung Batik Rejomulyo”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang,berikut rumusan masalah didalam penelitian ini : Bagaimana promosi penjualan Batik Semarangan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui promosi penjualan Batik Semarangan di Kampung Batik Semarangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan untuk menambah pengetahuan bagi peneliti, pada dasarnya di bidang Ilmu Komunikasi khususnya komunikasi promosi penjualan dalam menarik minat beli.
- 2) Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang positif baik pada program studi Ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi komunikasi strategis. dan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi bahan penelitian, bahan referensi, serta dapat menjadi sumber bacaan di Fakultas Hukum dan Ilmu Komunikasi.

1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian

1.5.1 lokasi

Penulis melakukan penelitian ini di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan. Semarang Timur, Kota Semarang.

1.5.2 Tatakala Penelitian

No	Kegiatan	2022					2023
		Ags	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Perencanaan penelitian						
	Pengajuan Topik						
	Penyusunan Proposal						
	Seminar Proposal						
2.	Pelaksanaan Penelitian						
	Pengumpulan Data						
	Analisis Data						
3.	Penyusunan Laporan						
	Penulisan Laporan						
	Ujian Skripsi						

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Dalam penelitian ini, sistematika penelitian dibuat untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini, sistematika dijadikan kerangka dan pedoman dalam penulisan penelitian. Terdapat lima bab yang menjelaskan tentang :

BAB I Pendahuluan

Berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, lokasi dan tatakala, sistematika penulisan penelitian penulisan laporan akhir.

BAB II GAMBARAN UMUM

Bab II berisi tinjauan pusaka yang terdiri dari landasan teori yang berisis promosi penjualan dan 8 alat promosi.

BAB III LANDASAN TEORI

Isi dari bab III menjelaskan lebih detail tentang metode penelitian yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi hasil penelitian dari data yang sudah dikumpulkan dengan teori tertulis dalam bab II.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dari hasil keseluruhan yang dibahas, serta berisi saran dari peneliti.