

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai profil Toko Batik Temawon, Toko Batik Ngesti Pandowo, Toko Batik Balqis, juga membahas tentang komunikasi pemasaran, promosi penjualan serta alat promosi penjualan yang dilakukan oleh toko tersebut, dengan pembahasan sebagai berikut :

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Kampung Batik

Kampung Batik merupakan salah satu tempat pengrajin batik di Kota Semarang. Berlokasi di Jl.Patimura, kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang. Usaha pengrajin batik ini didirikan oleh warga setempat Kelurahan Rejomulyo. Kampung Batik sendiri merupakan usaha yang bergerak dibidang kerajinan tangan yang menawarkan produk baju batik, kain baik. Kampung Batik memiliki sejarah yang dahulu sempat mati total sejak tahun 1970 sehingga tahun 1980an. Kampung Batik sendiri mulai bangkit pada tahun 2005 dan melakukan proses dalam menjual belikan produk batik khas Kota Semarang.

Di kampung Batik ini, para pengrajin batik ini membuka tokonya berada dirumah mereka masing-masing. Setiap pengrajin menjual motif batik yang berbeda-beda mulai dari bentuknya hingga sampai pewarnaanya. Motif yang dijual belikan

adalah motif atau bentuk *icon* khas kota Semarang, seperti halnya gambar Warak Endog, Lawang Sewu, Tugumuda , Kuntul, Pohon Asem dan masih banyak lagi. Tak hanya itu saja di Kampung Batik juga menyediakan kain batik hingga batik yang sudah jadi seperti baju, dress, rompi, celana, set baju dan celana dan masih banyak lagi.

Kampung Batik sendiri juga memiliki dinding yang bergambar mengenai Kota Semarang. Kampung Batik biasanya sangat rame saat adanya hari batik dan *event* tertentu. Selain untuk berbelanja Kampung Batik biasanya dijadikan spot foto untuk para wisatawan dari luar kota maupun masyarakat Kota Semarang sendiri. Sehingga Kampung Batik memiliki daya tarik tersendiri untuk wisatawan ketika di Kota Semarang.

Kampung Batik memiliki beberapa Toko Batik yang dapat memberikan informasi. Pertama Toko Batik Temawon yang berdiri sejak tahun 2013, Toko Batik Temawon tersebut didirikan oleh Ibu Oktavia Ningrum. Kedua yaitu Toko Batik Ngesti Pandowo yang berdiri sejak tahun 2010, Toko Batik Ngesti Pandowo didirikan oleh Bapak Tri Utomo. Lalu Toko Batik ketiga yaitu Toko Batik Balqis yang berdiri sejak tahun 2007, Toko Batik Balqis didirikan oleh Bapak Feri Subadi.

4.2 Profil dan Informan

Penelitian ini melakukan observasi untuk menentukan informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Informan yang telah diambil berjumlah

3 (tiga) orang informan yang dapat memberikan informasi berdasarkan penelitian ini upaya dalam meningkatkan promosi penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan profil dan informasi kunci dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Tabel 4.1

Data Informan

NO	Nama	Keterangan
1	Oktavia Ningrum	Pemilik Toko Batik Temawon
2	Tri Utomo	Pemilik Toko Batik Ngesti Pandowo
3	Feri Subadi	Pemilik Toko Batik Balqis
4	Catarina	Konsumen Toko Batik Temawon
5	Maria Dwi	Konsumen Toko Batik Balqis
6	Dyah	Konsumen Toko Batik Ngesti Pandowo

Sumber : olahan peneliti

Peneliti melakukan wawancara terhadap tiga narasumber dikarenakan dari sekian banyak pemilik Toko Batik hanya tiga narasumber tersebut yang bersedia meluangkan waktu diwawancarai. Selain itu kenapa peneliti memilih ketiga toko tersebut karena bangunan atau tata letak dalam menempatkan produknya lebih menarik dibandingkan toko yang lain dan tampak lebih cerah di pandang dari pada toko lainnya, oleh karena itu akan lebih dapat menarik banyak konsumen dengan tampilan bangunan dan tata letak produknya yang menarik. Ketiga konsumen yang peneliti wawancara merupakan konsumen yang berada diToko Batik yang sedang melakukan transaksi jual beli. Ketiga toko tersebut menerapkan beberapa alat promosi penjualan untuk menunjang penjualannya.

4.3 Observasi

Peneliti melakukan observasi pada tiga toko yaitu:

1. Yang pertama Toko Batik Temawon pada 23 September 2022 peneliti bertemu dengan Ibu Oktavia Ningrum selaku pemilik Toko Batik Temawon lalu melakukan konfirmasi terhadap promosi penjualan di toko tersebut.



Gambar 1

Sumber: Dokumen Peneliti, 22 September 2022

2. Kedua pada tanggal 4 Oktober 2022 melakukan observasi pada Toko Batik Ngesti Pandowo, peneliti bertemu dengan Bapak Tri Utomo selaku pemilik Toko Batik Ngesti Pandowo melakukan konfirmasi terhadap penjualan di Toko tersebut.



Gambar 2

Sumber: Dokumen Peneliti, 4 Oktober 2022

3. Ketiga observasi dilakukan pada tanggal 15 Oktober 2022 bertemu dengan Bapak Feri Subadi selaku pemilik Toko Batik Balqis untuk melakukan konfirmasi bahwa adanya promosi penjualan ditoko tersebut.



Gambar 3

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 22 September 2022

4.4 Komunikasi Pemasaran

Salah satu komponen kegiatan pemasaran adalah melakukan promosi penjualan. Adanya promosi penjualan melalui alat promosi penjualan membuat konsumen mengetahui perusahaan akan mengeluarkan produk baru yang membuat konsumen melakukan kegiatan transaksi jual beli. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan narasumber pemilik Toko Batik Temawon, Toko Batik Ngesti Pandowo, Toko Batik Balqis peneliti dapat mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran sangat penting dalam kegiatan transaksi penjualan.



Gambar 4 Toko Batik Temawon

Sumber : Dokumen Penulis, 23 September 2022



Gambar 5 Toko Batik Balqis
Sumber: Dokumen Penulis, 6 Desember 2022

Dari gambar diatas Toko Batik Temawon dan Toko Batik Balqis menggunakan promosi penjualan secara langsung dengan menggunakan manekin untuk memasarkan produk-produk terbaru mereka. Tiga Toko Batik yang peneliti kunjungi hanya dua toko tersebut yang menggunakan manekin untuk menunjang promosi penjualan. Dalam kegiatan komunikasi pemasaran membantu mempertemukan konsumen dengan penjualnya sehingga menciptakan informasi antara penjual dengan konsumen yang membuat pertukaran mencapai persetujuan sehingga memperoleh timbal balik yang diharapkan oleh penjual dan pembeli.

4.5 Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan suatu cara untuk menarik calon konsumen serta meningkatkan pembelian ulang dari konsumen lama. Hal ini biasanya dilakukan

dengan cara memberikan hadiah atau penghargaan kepada konsumen. Ada beberapa tujuan promosi penjualan yang meliputi 3 bagian promosi penjualan:

1. Untuk Pelanggan

Dari beberapa promosi penjualan yang sudah diterapkan dalam kampung batik Semarang, bagi pelanggan merupakan salah satu daya tarik yang dapat menjadikan minat beli pelanggan terhadap produk yang di pasarkan lebih meningkat.

2. Promosi Dagang

Dampak dari promosi penjualan agar dapat meyakinkan konsumen bahwa harga dan produk yang dipasarkan lebih menarik untuk dijadikan sarana tujuan pembelian. Selain itu dapat menarik konsumen untuk membeli lebih banyak produk karena dampak dari beberapa strategi yang di terapkan oleh penjual di Kampung Batik Semarang.

3. Tenaga Penjual

Dampak promosi penjualan bagi tenaga penjual akan dapat meningkatkan penjualan produk dan dapat menambah wawasan tenaga penjual untuk semakin kreatif dalam menentukan berbagai sarana promosi penjualan yang lebih inovatif dan lebih menarik bagi konsumen, karena dalam promosi yang menarik akan menarik banyak konsumen untuk datang dalam toko-toko yang ada dalam Kampung Batik Semarang.

Adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh Toko Batik Temawon, Toko Batik Ngesti Pandowo, dan Toko Batik Balqis yaitu dengan alat promosi penjualan sebagai berikut:

a.Sampel

Sampel adalah penawaran untuk konsumen yang ingin mencoba produk yang ditawarkan oleh pedagang sebelumnya adanya transaksi pembelian (Kotler, 2008:205) . Toko Batik Temawon, Toko Batik Ngesti Pandowo, dan Toko Batik Balqis menggunakan sampel sebagai alat promosinya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa para pedagang di Kampung Batik Rejomulyo melakukan sampel kepada setiap konsumen bertujuan untuk menarik perhatian konsumen agar lebih mengetahui kualitas produk yang ditawarkan oleh pedagang.

“pada saat konsumen ingin membeli dengan jumlah banyak, pembuatan seragam untuk kantornya itu biasanya akan diberikan sampel. Pengaruhnya otomatis omset kita semakin bertambah.”(wawancara dengan pemilik batik Balqis, 6 Desember 2022)

Dipertegas oleh pernyataan konsumen bahwa *“pernah mendapatkan sampel, itu berupa kain batiknya. Iya berpengaruh sekali Mbak, karena membuat senang juga dengan kain batik itu.”(wawancara dengan konsumen Ibu Maria, 26 Desember 2022)*



Gambar 6

Sumber : Dokumentasi Penulis, 6 Desember 2022

Gambar diatas merupakan contoh dari beberapa sampel kain batik Semarang yang ada dalam toko Balqis. Dengan adanya teknik sampel tersebut mempermudah konsumen untuk menentukan pilihan pada produk batik yang dibeli. Berdasarkan hasil wawancara pedagang Toko Batik Balqis menyatakan bahwa sampel sangat memberi dampak positif dalam pemasukan penjualan. Dengan adanya sampel membuat Toko Batik Balqis tersebut menjadi dikenal.

b. Kupon

Kupon adalah sertifikat yang memberikan penghematan kepada pembeli ketika mereka membeli produk tertentu yang membuat adanya transaksi pembelian (Kotler, 2008:205). Hal ini salah satu keunggulan yang dimiliki oleh suatu pedagang karena membantu menarik perhatian lebih kepada konsumen untuk dapat mengingat toko tersebut.

“tidak pernah, hanya diskon aja.” (wawancara dengan pemilik Toko Batik Temawon, 5 Desember 2022)

“iya saat event tertentu seperti Semarang Great Sale. Kupon voucher diskon, pengaruhnya bagus” (wawancara dengan pemilik Toko Batik Ngesti Pandowo, 5 Desember 2022)

Pertanyaan konsumen juga menjelaskan bahwa *“pernah Mbak, kupon seperti ulang tahun kota Semarang atau saat Semarang Great Sale. Pengaruh membuat saya bisa beli banyak kain batik karena mendapatkan diskon yang banyak maka saya tertarik mendapatkan kain batik banyak.”* (wawancara dengan konsumen Ibu Dyah, 23 Desember 2022). Hasil dari ketiga wawancara informan yang peneliti lakukan terlihat bahwa hanya ada satu pedagang yang melakukan penggunaan kupon tersebut. Dua pedagang lainnya tidak melakukan adanya alat promosi kupon.

c. Harga khusus

Harga khusus adalah menawarkan penghematan dari harga resmi produk kepada konsumen hal ini dilakukan pada saat pembeli melakukan pembelian dengan jumlah banyak (Kotler, 2008:205). Toko Batik Temawon, Toko Batik Ngesti Pandowo, dan Toko Batik Balqis menggunakan alat promosi harga khusus. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa para pedagang di Kampung Batik Rejomulyo melakukan

dengan harga khusus kepada setiap konsumen. Bertujuan untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang di pasarkan oleh pedagang di Kampung Batik Rejomulyo.

“iya biasa mengambil lebih dari 1 lusin biasanya aku kasih diskon seperti ambil 3 kain aku diskon 10.000, tetapi kalau 1 lusin aku tambahkanin lagi 5.000 jadi 15.000 untuk diskon. Pengaruhnya tinggi sekali akhirnya mereka menjadikan getok tular dari mulut ke mulut, enak lho ambil di batik Temawon ambil banyak ada diskonan.”(wawancara dengan pemilik batik Temawon, 5 Desember 2022)

Diperkuat oleh pernyataan konsumen bahwa *“pernah, mendapatkan harga khusus seperti diskon gitu ya, jadi harga bisa lebih miring. Sangat senang karena harga lebih miring.”(wawancara dengan konsumen Ibu Catarina, 27 Desember 2022).* Dengan adanya teknik harga khusus tersebut menarik konsumen untuk membeli produk dengan jumlah banyak dan mendapatkan harga khusus. Berdasarkan hasil wawancara pedagang Toko Batik Temawon menyatakan bahwa harga khusus memberikan dampak positif dalam pemasukan penjualan. Dengan adanya harga khusus membuat konsumen yang belum pernah membeli jadi tertarik dikarenakan adanya getok tular dari konsumen setianya.

d. Premi

Premi adalah barang yang ditawarkan secara gratis atau pada harga murah sebagai insentif untuk membeli produk, mulai dari maunan yang disisipkan dalam produk anak-anak sampai kartu telepon dan DVD (Kotler, 2008:205). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa para pedagang di Kampung Batik Rejomulyo terutama Toko Batik Temawon dan Toko Batik Balqis menggunakan premi sebagai menarik perhatian konsumen.

“biasanya kalau mereka beli barang banyak akan aku kasih totebag, atau dompet kecil dikasih ke konsumen sebagai hadiah. Jadi kesini lagi.”(wawancara dengan pemilik Toko Batik Temawon, 5 Desember 2022)

Dijelaskan oleh pernyataan konsumen yaitu *“pernah Mbak, saya beli baju batik dan kain baik itu dapat harga murah. Membuat saya senang Mbak, karena batik bagus saya jadi terus di toko Temawon tersebut.”(wawancara dengan konsumen Ibu Catarina, 27 Desember 2022).*Dengan melakukan teknik premi tersebut membuat konsumen kembali pada Toko Batik Temawon. Berdasarkan hasil wawancara pedagang Toko Batik Temawon menyatakan bahwa premi sangat memberi dampak positif dalam mengingat konsumen akan Toko Batik Temawon.

e. Barang khusus iklan

Barang khusus iklan adalah pernak-pernik bermanfaat yang dicetak dengan nama, lambang, atau pesan periklanan yang diberikan sebagai hadiah kepada konsumen (Kotler, 2008:205). Berikut hasil wawancara pada pedagang di Kampung Batik Rejomulyo Toko Batik Balqis melakukan dengan barang khusus iklan agar konsumen mengenal produk

“itu sering juga kita lakukan. Kita dikenal satu-satunya di Kampung Batik ini yang bisa mencetak identitas perusahaan atau logo. Banyak tau dan membuat kita dikenal.”(wawancara dengan pemilik Toko Batik Balqis,6 Desember 2022)

Konsumen juga menegaskan bahwa *“tidak Mbak, penting warna yang sama.”(wawancara dengan konsumen Ibu Maria, 26 Desember 2022)*. Berdasarkan hasil tanggapan informan menyatakan bahwa barang khusus iklan hanya dilakukan oleh Toko Batik Balqis saja. Dikarenakan proses yang sulit dalam pembuatan dan banyak resiko apabila mencetak seperti logo dan sebagainya. Dengan hal tersebut membuat Toko Batik Balqis berdampak positif dikenal oleh konsumen bahwa Toko Batik Balqis saja yang bisa mencetak identitas perusahaan atau logo.

f. Penghargaan Pendukung

Penghargaan pendukung adalah penghargaan tunai atau penghargaan lain yang diberikan kepada pengguna rutin produk atau jasa perusahaan tertentu (Kotler, 2008:205). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa para pedagang di Kampung Batik Rejomulyo Toko Batik Temawon dan Toko Batik Balqis melakukan penghargaan khusus yang bertujuan untuk menentukan kelayakitan pedagang dengan konsumen setianya.

“iya pelanggan setia itu biasanya saat ulang tahun kita kasih. Untuk konsumen yang royal sama kita sangat puas dengan kita, apalagi mereka butuh batik pasti mereka ingat dengan kita.” (wawancara dengan pemilik batik Balqis, 6 Desember 2022)

Diperjelas oleh konsumen *“belum pernah untuk saat ini.” (wawancara dengan Ibu Maria, 26 Desember 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan bahwa teknik penghargaan pendukung membawa pengaruh positif untuk konsumen mereka. Kepuasan yang diberikan oleh konsumen membuat Toko Batik tersebut diingat oleh konsumen dan membuat konsumen mempromosikan lewat mulut ke mulut dengan mendapatkan penghargaan khusus tersebut.

g. Promosi titik pembelian

Promosi titik pembelian adalah pajangan dan demonstrasi di titik penjualan seperti halnya display atau manikin suatu produk (Kotler, 2008:205). Toko Batik Temawon dan Toko Batik Balqis menggunakan alat promosi promosi titik pembelian. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa para pedagang di Kampung Batik Rejomulyo melakukan dengan promosi titik pembelian. Bertujuan untuk menarik konsumen dengan adanya produk baru yang dipasarkan oleh pedagang di Kampung Batik Rejomulyo.

“iya itu pasti. Pengaruhnya ada efek baiknya, yang kita pajangn itu hal produk baru d

esain baru dan motif baru jadi menarik konsumen juga.”(wawancara dengan pemilik Toko Batik Balqis, 6 Desember 2022)

Diperjelas oleh pernyataan konsumen bahwa *“pernah. Menjadikan saya memiliki apa ya Mbak, memiliki dan mudah untuk dibeli Mbak.”(wawancara dengan Ibu Maria, 26 Desember 2022)*

Dengan adanya teknik promosi titik pembelian tersebut membuat menarik konsumen. Ada juga contoh barang manikin yang di pasang



Gambar 7
Sumber : Dokumen Penulis, 6 Desember 2022

Gambar diatas merupakan sebagian contoh dari manikin yang ada dalam toko Balqis guna sebagai alat peraga dalam mempromosikan pakaian batik yang ada. Berdasarkan hasil tanggapan Toko Batik Temawon menyatakan bahwa promosi titik pembelian sangat memiliki pengaruh besar karena membuat konsumen dapat memiliki banyak pilihan dan tau akan produk terbarunya membuat penjualan juga meningkat. Memberikan dampak positif dalam peningkatan pembelian produk dan membuat konsumen memiliki banyak pilihan motif batik dengan adanya alat promosi titik pembelian tersebut.

h. Kontes,undian, permainan

Kontes adalah masukan,dugaan,saran untuk dinilai oleh juri yang memiliki masukan terbaik.Undian adalah mengharuskan konsumen mendaftarkan nama mereka untuk diundi. Permainan adalah menghadirkan sesuatu konsumen (Kotler, 2008:205). Berikut hasil wawancara dengan pedagang di Kampung Batik Rejomulyo tidak ada yang melakukan alat promosi kontes,undian, permainan.

“enggak pernah” (wawancara dengan pemilik toko Temawon, 5 Desember 2022)

“belum pernah” (wawancara dengan pemilik toko Balqis, 6 Desember 2022)

“tidak pernah.” (wawancara dengan pemilik toko Ngesti Pandowo, 5 Desember 2022)

Diperkuat oleh 3 konsumen bahwa “tidak pernah” (wawancara dengan konsumen Ibu Catarina, 27 Desember 2022)

“tidak pernah.” (wawancara dengan konsumen Ibu Maria, 26 Desember 2022)

“belum pernah” (wawancara dengan konsumen Ibu Dyah, 23 Desember 2022)

Berdasarkan hasil tanggapan pedagang di Kampung Batik Rejomulyo menyatakan bahwa kontes, undian dan permainan tidak pernah dilakukan oleh para pemilik Toko Batik dan konsumennya. Sehingga sangat asing bagi pemilik Toko Batik dan konsumen dengan alat promosi penjualan tersebut.

Kesimpulan dari 8 alat promosi penjualan yang dilakukan oleh ketiga Toko Batik yang peneliti wawancarai dapat disimpulkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Data Alat Promosi

No	Alat Promosi	Nama Toko Batik		
		Temawon	Ngesti Pandowo	Balqis
1	Sampel	V	v	V
2	Kupon	-	v	-
3	Harga Khusus	V	v	V
4	Premi	V	v	V
5	Barang Khusus Iklan	-	-	V
6	Penghargaan Pendukung	V	-	V
7	Promosi Titik Pembelian	V	-	V
8	Kontes, Undian, dan Permainan	-	-	-

Sumber : olahan peneliti

Dari tabel 4.2 dapat di lihat bahwa toko batik Balqis melakukan promosi penjualan 6 alat promosi yaitu sampel, harga khusus, premi, barang khusus iklan, penghargaan pendukung, promosi titik pembelian. Sedangkan toko batik Temawon menggunakan 5 alat promosi penjuala yaitu sampel, harga khusus, premi, penghargaan pendukung, promosi titik pembelian. Dan terakhir toko batik Ngesti Pandowo menggunakan sampel, kupon, harga khusus, premi. Dari 8 alat promosi hanya 1 yang tidak digunakan yaitu kupon, undian, permainan.