

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Rumah Batik AS

Rumah Batik AS Berlokasi di Desa Jogomerto, RW 03, Kecamatan Tanjungnom, Kabupaten Nganjuk. Rumah Batik AS mulai berdiri pada tahun 2015. Usaha ini diawali dengan membuat batik lukis. Sang pemilik Rumah Batik AS, Bapak Andi Sulistiono memang ahli dalam melukis dan sebelum terjun ke dunia batik sudah menekuni dunia lukis. Pada awal mula usaha dimulai, batik lukis dibuat menggunakan canting sehingga bahannya menggunakan malam dan pewarna batik. Hasil produksi batik dikirim ke daerah Nganjuk, Surabaya, dll.

Seiring berjalanya waktu, banyak masukan dari para konsumen untuk menciptakan sebuah baju batik. Di Kabupaten Nganjuk sendiri terdapat usaha dan komunitas Asosiasi Pembatik Nganjuk. Akhirnya Bapak Andi Sulistiyono memutuskan untuk bergabung dengan komunitas Batik Nganjuk yang berada di bawah naungan Disperindak (Dinas Perindustrian). Pada komunitas tersebut menyediakan berbagai fasilitas dan pelatihan jadi Bapak Andi Sulistiona mengikuti sebuah festival yaitu Batik Fashion pada Tahun 2016 yang diikuti oleh beberapa pengusaha batik.

Dalam Rumah Batik ini menggunakan konsep kontemporer dan batik pakem serta tetap memakai canteng. Bahan malam hanya digunakan untuk membuat motif pakem seperti parang kawong, namun lebih dimodifikasi antara batik tradisional dan batik moderen sehingga pemasarannya bisa lebih luas. Pemasaran lokal atau di daerah sekitar Nganjuk biasanya lebih pada produksi batik tulis yang bercorakkan Nganjuk seperti motif Roro Kuning, Nyawiji, Brambang.

Kemudian asal usul nama Rumah Batik AS ini yaitu AS singkatan dari nama pemilik batik yaitu bernama Andi Sulistiono. Pemilik usaha ini memang sengaja membari nama itu agar mudah di ingat masyarakat sekitar. Asal usul logonya sendiri tidak ada sejarahnya. Logo di Rumah Batik AS ini hanya berupa seni lukisan atau ketidak sengajaan dari pemilik usaha kemudian dijadikan simbol atau logo dari usaha Rumah Batik AS milik Bapak Andi Sulistiyono.

a. Visi

Rumah Batik AS diharapkan menjadi yang semakin maju dan berkembang, dan mampu bersaing dan mampu bertahan dari banyaknya pesain yang ada.

b. Misi

Rumah Batik AS ini Ingin melestrian budaya karena batik adalah warisan atau budaya dan memperkenalkan batik ke banyak orang. Dan diharapkan mengedepankan kualitas batiknya yang baik agar menghasilkan produk yang berkualitas baik dan terjamin mutnya.

Sehingga pelanggan yang ada tidak kecewa dengan produk yang dihasilkan oleh Rumah Batik AS.

B. Temuan Penelitian

1. Temuan tentang Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Rumah Batik AS

Strategi pemasaran merupakan rencana yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Batik AS bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan agar Rumah Batik AS dapat mendapatkan laba serta eksistensi. Adapun strategi yang diterapkan Rumah Batik AS mencakup 4 bidang yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

a. Produk

Dari segi produk Rumah Batik selalu memberikan produk dengan kualitas terbaik. Rumah Batik AS selalu memastikan produknya sebelum dipasarkan agar konsumen merasa senang. Hal yang perlu diperhatikan dalam produksi batik dengan kualitas yang baik yaitu dari segi bahan. Menurut Bu Via sebagai pengelola Rumah Batik AS, bahan utama yang membuat batik nyaman di gunakan adalah pemilihan kain. Rumah Batik AS menggunakan kain katun primisima atau kadang memakai kain katun prima yaitu kain yang memiliki kualitas yang baik sehingga nyaman digunakan oleh konsumen. Selain itu, pemilihan cat juga cukup penting. Cat yang baik akan tahan lama atau tidak mudah luntur.

“kalau bahan utama ya kain mbak. Disini pakai kain katun primisima atau kain prima karena pelanggan pasti juga cari bahan yang nyaman dipakai, yang adem; dan pastinya juga pemilihan catnya. Disini juga pilih cat yang tahan lama atau gak mudah luntur, biar batiknya juga awet.”¹

Pernyataan tersebut ditambah oleh Ibu Malikatin selaku konsumen Rumah Batik AS. Mengaku puas terhadap produk Rumah Batik AS karena memiliki motif yang beragam, sehingga banyak pilihan untuk berganti motif.

“Sudah lumayan lama saya berlangganan disini, lebih dari 5 bulan. Disini motif batiknya banyak dari dulu setiap saya melakukan pembelian atau pesan berbeda-beda motif selalu ada ”²

Selain dari segi bahan, produk yang memiliki ciri khas juga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Rumah Batik AS memiliki perbedaan dengan produk batik yang lain yang laku dipasaran. Rumah Batik AS memproduksi batik dengan pola khas daerah Kabupaten Nganjuk seperti batik brambang, batik roro kuning, bahkan juga melayani pola batik sesuai permintaan konsumen.

“kalau disini polanya beda dari yang lain mbak kami lebih menonjolkan pola batik Nganjuk kaya batik brambang, batik roro kuning. Trus biasanya pelanggan ada yang pesen batik khas untuk instansi tempat kerjanya, nah kami juga melayani itu. Ya intinya itu perbedaan batik kami dengan batik yang diproduksi oleh lainnya.”³

¹ Wawancara dengan Ibu Via (Pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

² Wawancara dengan Ibu Malikatin (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 29 Desember 2021.

³ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Ibu Ifa sebagai konsumen. Ibu Ifa juga mengaku bahwa kualitas produk dari Rumah Batik AS membuatnya berlanangan disana.

“Disini pola batiknya bagus-bagus yang membuat beda dari produk lain yaitu polanya yang khas Nganjuk yang membuat beda dari batik lain”⁴

Menurut Ibu Yuli selaku karyawan Rumah Batik AS, produk Rumah Batik AS memiliki kualitas yang baik karena diproduksi dengan bahan yang baik pula.

“Bagus sih mbak bahannya. Kainnya adem terus catnya juga yang bagus. Jadi bisa awet nempel di kain. Banyak motifnya juga, kadang saya sampai bingung motif ini gambarnya yang mana, motif itu yang mana.”⁵

Menurut Pak Andi juga sebagai pengelola Rumah Batik AS, keragaman produk juga memiliki daya tarik sendiri pada Rumah Batik AS. Dari awal berdirinya usaha, pola yang dimiliki Rumah Batik AS semakin berkembang. Hal tersebut juga mampu meningkatkan pelanggan yang tertarik untuk membeli.

“Dulu pas awal berdiri, polanya cumak sedikit mbak. Paling cuma 5. Terus makin kesini makin banyak. Ya mungkin banyak inspirasi jadi bisa mengembangkan banyak pola. Terus juga pelanggan jadi senang karena banyak pilihan.”⁶

⁴ Wawancara dengan Ibu Ifa (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 31 Desember 2021.

⁵ Wawancara dengan Ibu Yuli (karyawan Rumah Batik AS) pada tanggal 30 Desember 2021.

⁶ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

Perawatan batik juga akan mempengaruhi kualitas batik. Produk batik yang sudah lama diproduksi tentu akan memiliki kualitas berbeda dengan produksi baru. Menurut Pak Andi, batik yang sudah lama diproduksi dan kualitasnya menurun tidak akan di jual kembali karena dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen.

“Batik yang sudah lama dibuat ya kami simpan dan rawat baik-baik mbak. Kalau seandainya nanti batiknya sudah pudar atau kainnya sudah mbomot (rapuh) ya tidak kami jual lagi. Nanti bisa mengurangi kepercayaan pelanggan. Jadi sebisa mungkin kami memasarkan produk yang baru. Kalau batiknya masih bagus biasanya nanti kami hadiahkan ke konsumen yang sering beli sama ke karyawan juga pas hari raya.”⁷

Rumah Batik AS menjual produknya dalam berbagai jenis seperti lembaran kain atau bahkan pakaian yang sudah siap pakai. Variasi ini juga dinilai dapat membuat konsumen lebih nyaman untuk berbelanja di Rumah Batik AS. Distribusi produk dikemas dalam plastik bening dan *paper bag* yang berlabel Rumah Batik AS.

“Kalau penjualannya macem-macem mbak. Kadang ada yang pesan kain meteran, kadang juga ada yang pesen pakaian sudah jadi. Jadi kami melayani sesuai kebutuhan konsumen saja. Kalau kemasannya sendiri cuma diplastikin bening terus dibungkus tas kertas yang ada tulisannya Rumah Batik AS. Gitu aja sudah bikin pelanggan senang mbak.”⁸

⁷ Wawancara dengan Bapak Andi Sulistiono (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

⁸ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

b. Harga

Dari segi harga, Rumah Batik AS mematok harga standar. Dengan kata lain, Rumah Btik AS tidak memberikan harga yang lebih tinggi pada pada produk yang sama dibandingkan dengan perusahaan lain. Penentuan harga didasarkan pada bahan serta motif batik. Batik dijual dengan harga per 1 yard yaitu 14.000 hingga 18.000. dalam penentuanya harga batik ditentukan berdasarkan motif. Sebagai Contoh, motif batik abstrak ukuran 115x225cm dihargai dengan 200.000.

“Harga disini normal sih mbak, enggak mahal-mahal amet dan juga enggak murah. Kami juga pasti juga menyesuaikan dengan bahan yang digunakan seperti kain dan cat, juga tentunya proses pembuatan. Harganya juga tergantung pola mbak, makin rumit polanya ya makin naik juga harganya. Yang jelas semua tergantung proses pembuatannya. 1 yard bisa dijual dengan harga 14.000 sampai 18.000. Untuk menentukannya tergantung motif Saya ambil contoh motif batik abstrak ukuran 115x225cm harganya 200.000 mbak.”⁹

Menurut Ibu Malikatin, harga yang di tetapkan oleh produk batik milik Rumah Batik AS sesuai dengan kualitas produknya. Harga yang ditetapkan juga sesuai dengan harga di pasaran.

“Harganya standar sih mbak, gak terlalu mahal dan juga hampir sama sih dengan harga di pasaran dengan produk yang sama. Ya pokoknya pas sama kualitas batiknya.”¹⁰

⁹Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Malikatin (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 29 Desember 2021.

Hal yang sama diungkapkan oleh Ibu Ifa bahwa meskipun harga yang ditetapkan agak tinggi, namun masih sesuai dengan kualitas produk serta harga pasaran.

“Harganya memang gak murah, tapi juga memang sesuai sama produknya mbak. Kainnya adem, motifnya juga bagus-bagus, terus juga nggak luntur.”¹¹

c. Tempat

Rumah Batik AS tidak memasarkan produknya di toko-toko atau suatu tempat tertentu dengan alasan keterbatasan karyawan. Namun pasar Rumah Batik AS sudah cukup luas. Konsumen hanya perlu menghubungi kontak Rumah Batik AS untuk memesan batik atau sekedar bertanya. Apabila konsumen ingin mengambil atau melihat secara langsung contoh batik, konsumen harus mendatangi rumah produksi batik yang beralamatkan di Desa Jogomerto, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Menurut info dari Pak Andi, pada awalnya Rumah Batik AS dikenalkan melalui pameran yang diadakan oleh Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Nganjuk. Hingga saat ini Rumah Batik AS sudah semakin dikenal meskipun tidak memiliki outlet khusus.

“Dulu awal-awal jualan ya ikut pameran gitu. Terus akhirnya orang-orang dapat kontak kita. Jadi sampai sekarang ya tempat jualanya di rumah. Orang-orang kepengen pesen ya bisa kirim chat atau telfon. Nantiambilnya di rumah. Atau kalau lokasinya jauh,

¹¹ Wawancara dengan Ibu Ifa (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 31 Desember 2021.

kami paketkan ke ekspedisi. Kalau sekarang kami enggak buka outlet dimana-mana sih mbak, ya dirumah saja."¹²

Menurut Ibu Malikatin tempat yang terbatas membuat konsumen kesulitan memesan batik di Rumah Batik AS.

"Tempatnya terbatas mbak, jadi cumak bisa datang ke rumah. Terus juga tidak ada produk yang siap, jadi harus pesan dulu. Itu sih yang jadi kurangnya di sini."¹³

Hal tersebut juga diungkap kan oleh Ibu Ifa bahwa ketiyadakan toko membuat konsumen jadi tidak tahu keberadaan Rumah Batik AS.

"Sayang sekali, tidak ada toko yang berdiri di pusat perbelanjaan di sini. Jadi mesti pesen dulu ke rumahnya. Mungkin kalau ada tokonya akan lebih banyak peminat."¹⁴

d. Promosi

Rumah Batik AS dikenalkan melalui pameran yang diadakan oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Nganjuk. Kemudian pengelola Rumah Batik AS juga mengikuti komunitas batik untuk memperkenalkan produknya. Menurut Pak Andi hal tersebut dapat melebarkan pasar Rumah Batik AS. Selain itu, strategi pemasaran dari mulut ke mulut dinilai mampu mengenalkan Rumah Batik AS.

¹² Wawancara dengan Bapak Andi Sulistiono (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

¹³ Wawancara dengan Ibu Malikatin (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 29 Desember 2021.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Ifa (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 31 Desember 2021.

“Dulu awalnya ya itu tadi, ikut pameran disperindag. Kami juga ikut komunitas batik daerah kabupaten Nganjuk. Dari situ akhirnya kami punya relasi. Termasuk juga promosi ke rekan dan saudara.”¹⁵

Saat ini, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Rumah Batik AS adalah dari mulut ke mulut. Menurut Bu Via, konsumen yang merasa nyaman atau cocok dengan produk atau bahkan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Batik AS akan senantiasa menawarkan produk kepada kenalannya. Dengan demikian, Rumah Batik AS dapat semakin dikenal banyak kalangan.

“Kalau saat ini, promosinya dari mulut ke mulut sih mbak. Jadi ya ada konsumen yang beli kalau mereka merasa cocok akan promosikan lagi ke temannya. Dari situlah produk kami semakin dikenal.”¹⁶

Menurut info dari Bu Via, Rumah Batik AS tidak memasarkan produknya secara online dengan alasan keterbatasan karyawan dan waktu. Namun bukan berarti Rumah Batik AS tidak pernah mencoba memasarkan produknya secara online. Rumah Batik AS pernah menggunakan platform sosial media seperti facebook dan instagram serta platform market place seperti tokopedia dan situs UMKM kita bisa untuk memasarkan produk secara online.

“Kalau kami gak begitu jual online sih mbak. Pernah dipasarkan online di tokopedia dan di situs UMKM kita bisa, tapi gak ada yang ngopeni (mengurus) jadi akhirnya gak jalan. Beberapa karyawan juga biasanya posting di facebook atau instagram, tapi ya gak begitu jalan karena ya kan ibu-ibu, bapak-bapak sudah gak ada waktu

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Andi Sulistiono (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

untuk main hp. Paling ya kita posting di status whatsapp biar nanti dilihat kontak kami.”¹⁷

Hubungan dengan konsumen juga menentukan keberlangsungan Rumah Batik AS. Menurut Bu Via, selama ini Rumah Batik AS selalu berusaha menjalin hubungan baik dengan konsumen. Hal tersebut dilakukan agar konsumen merasa nyaman sehingga konsumen juuga tidak keberatan untuk menawarkan produk Rumah Batik AS kepada kenalannya.

“Ya kami usahakan hubungan dengan konsumen selalu baik mbak. Karena kan kalau konsumen nyaman mereka juga akan merekomendasikan produk kami ke kenalannya. Jadi ya penting sih menjalin hubungan baik dengan konsumen. Dengan begitu penjualan juga bisa meningkat.”¹⁸

Dalam menjalankan bisnisnya, Rumah Batik AS ini dibantu oleh para karyawannya yang diantaranya adalah karyawan bagian mencetak batik atau melukis batik. Menurut Ibu Via sendiri karyawan-karyawannya yang kebanyakan adalah tetangga dar Ibu Via sendiri sangat berjasa dalam membantu usahanya sehingga bisa seperti sekarang ini. Mengingat dulu Ibu Via melakukannya sendiri dengan suaminya dan belum mempunyai karyawan. Kinerja karyawan disini tentu ikut serta mempengaruhi keuntungan dari Rumah Batik AS. Jadi untuk tetap bisa memproduksi Batik yang berkualitas dan disukai oleh pembeli, Ibu Via membutuhkan karyawan yang sangat giat bekerja dan rajin.

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

“Sekarang ya kurang lebih sudah ada 10an orang yang kerja mbak kalau ga ada karyawan pasti udah ketetran. Karyawan saya kasih parcel pas hari raya, dan baju sarimbit sekeluarga”¹⁹

Ibu Yuli mengatakan bahwa turut membantu dalam proses promosi berupa promosi melalui sosial media maupun dari mulut ke mulut.

“Saya bisanya ikut promo di instagram kadang juga status whatsapp. Dari situ kadang ada beberapa yang tertarik terus pesen ke saya.”²⁰

Menurut Ibu Malikatin, dirinya mengetahui keberadaan Rumah Batik AS karena memang lokasinya berada di sekitar rumahnya. Ibu Malikatin juga mengungkapkan bahwa dirinya juga sering terlibat dalam promosi dari mulut ke mulut ke saudara atau rekan kerja.

“Tahu sendiri sih mbak, kan tetangga. Kadang saya juga bantu nawarin ke temen-temen barangkali ada yang berminat. Apalagi pas hari lebaran atau ada acara di kantor.”²¹

Lain dengan Ibu Ifa, beliau mengungkap bahwa menemukan Rumah Batik AS melalui info dari saudaranya. Hal ini menunjukkan bahwa memang konsumen Rumah Batik AS turut membantu dalam kegiatan promosi produk.

“jujur saya dulu gak tahu mbak padahal rumahnya cuma beda RW. Saya tau dari sepupu saya yang pernah order di situ. Kok batiknya bagus jadi saya ikut pesen buat pakaian kerja.”²²

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

²⁰ Wawancara dengan Ibu Yuli (karyawan Rumah Batik AS) pada tanggal 30 Desember 2021.

²¹ Wawancara dengan Ibu Malikatin (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 29 Desember 2021.

²² Wawancara dengan Ibu Ifa (Konsumen Rumah Batik AS) pada tanggal 31 Desember 2021

2. Temuan tentang Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran yang dilakukan Rumah Batik AS

Dalam pelaksanaan strategi pemasannya, Rumah Batik AS tentu pernah mengalami kendala. Adapun kendala yang pernah dialami Rumah Batik AS akan di jelaskan pada bagian setelah ini.

a. Produk

Dari segi produk, kendala yang dialami Rumah Batik AS ada ketika musim hujan. Produk batik harus melalui proses penjemuran, namun proses penjemuran menjadi panjang ketika musim hujan. Hal ini menyebabkan Rumah Batik AS tidak mampu memproduksi batik dalam jangka waktu yang pendek.

“Kalau dari produk sendiri mungkin kendalanya pas musim hujan mbak. Batiknya kan harus dijemur, nah kalau sering hujan kami kesulitan untuk menjemurnya. Jadi akhirnya produksinya gak bisa dalam waktu singkat.”²³

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Yuli selaku karyawan Rumah Batik AS. Kendala yang paling berarti dalam proses produksi batik adalah saat musim hujan. Proses pengeringan batik menjadi terhambat, sehingga waktu dalam produksi batik juga mengalami kemunduran.

“Gak ada sih mbak kalau dari sisi produk. Oh mungkin kalau musim hujan sih, jemurnya agak bingung gimana. Karena kami belum punya alat pengering.”²⁴

²³ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 16 September 2021.

²⁴ Wawancara dengan Ibu Yuli (karyawan Rumah Batik AS) pada tanggal 30 Desember 2021.

b. Harga

Dari segi harga, pengelola Rumah Batik AS tidak merasa begitu banyak kendala. Terdapat beberapa waktu dimana harga kain mori yaitu bahan baku batik meningkat. Hal ini tentunya menyebabkan peningkatan harga batik per meternya.

“Kalau dari harga, kayaknya gak begitu banyak kendala mbak. Mungkin ada beberapa saat, kain bahan baku batik harganya naik per meter, nah itu nanti harga batiknya juga ikut naik.”²⁵

Menurut Ibu Yuli, kendala yang dialami pada masalah harga adalah naiknya harga bahan baku batik berupa kain. Namun hal tersebut tidak terlalu berpengaruh lantaran nantinya akan disesuaikan dengan harga jual.

“Paling kalau pas harga kain lagi naik. Tapi biasanya gak terlalu berpengaruh sih karena kan di sesuaikan sama harga jualnya nantik”²⁶

c. Tempat

Dari segi tempat, Rumah Batik AS berada di gang desa serta tidak memiliki toko khusus untuk memasarkan, sehingga hal ini membuat orang-orang tidak mengetahui keberadaan Rumah Batik AS.

“Kalau dari tempat, mungkin karena kami di desa dan juga tidak punya toko, jadinya banyak yang tidak tahu.”²⁷

²⁵ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 16 September 2021.

²⁶ Wawancara dengan Ibu Yuli (karyawan Rumah Batik AS) pada tanggal 30 Desember 2021.

²⁷ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

Menurut Ibu Yuli, ketidak adaan toko membuat konsumen tidak mengetahui keberadaan Rumah Batik AS, sehingga hal tersebut membuat terhambatnya proses promosi.

“Ya karena gak ada tokonya itu sih mbak. Jadi orang juga gak akan tahu kalau gak dikasih tahu karena tidak melihat sendiri tokonya.”²⁸

Hal tersebut juga diungkapkan oleh konsumen Rumah Batik AS pada bagian sebelumnya. Konsumen tidak akan tahu bahwa terdapat Rumah Batik AS dikarenakan tidak ada tempat khusus untuk menjual produk batik.

d. Promosi

Dari segi promosi, kendala yang dialami oleh Rumah Batik AS adalah pemasaran di saat pandemi. Beberapa konsumen yang didapat melalui promosi dari mulut ke mulut seringkali membatalkan pesannya di saat pandemi. Hal ini membuat volume penjualan menurun.

“Kalau kendala promosi ya itu tadi sih mbak, kami hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Apalagi di masa pandemi seperti ini, sebenarnya pemasaran lewat sosial media perlu sih mbak. Tapi ya itu tadi, kami kekekarangan tenaga untuk mengurus sosial media. Pernah beberapa kali ada yang membatalkan pesannya karena acara mereka dibatalkan akibat PPKM. Jadi ya penjualannya turun mbak.”²⁹

²⁸ Wawancara dengan Ibu Yuli (karyawan Rumah Batik AS) pada tanggal 30 Desember 2021.

²⁹ Wawancara dengan Ibu Via (pemilik Rumah Batik AS) pada tanggal 15 September 2021.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Yuli. Menurut beliau kendala dari segi promosi terjadi karena ketiadaan tenaga promosi dan pengetahuan promosi secara online.

“Sebenarnya kalau bisa promosi online lebih bagus lagi. Cuma kami mengandalkan tenaga kami sendiri. Jadi promosi onlinenya juga cuma di akun sosial medianya masing-masing, bukan di akun khusus Rumah Batik AS. Karena gak ada yang mengurus sih mbak.”³⁰

³⁰ Wawancara dengan Ibu Yuli (karyawan Rumah Batik AS) pada tanggal 30 Desember 2021.