

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Letak Geografis Objek Penelitian

Industri batik tulis UD. Tiepoek dan UD. Setya Jaya berlokasi di RT 06 RW 01 Dusun Jampi, Desa Ngentrong, Kecamatan Karang, Kabupaten Trenggalek. Kecamatan Karang memiliki luas wilayah 43.24 km², jarak dari Kabupaten Trenggalek kurang lebih 10 km dan 180 km dari Ibukota Provinsi Jawa Timur. Adapun batas-batas wilayah kecamatan Karang yaitu:

Sebelah timur : Kecamatan Trenggalek

Sebelah barat : Kecamatan Suruh

Sebelah utara : Kecamatan Tugu

Sebelah selatan : Kecamatan Suruh dan Gandusari

2. Sejarah berdirinya perusahaan

a. UD Tiepoek

UD Tiepoek merupakan salah satu industri batik khas Trenggalek yang didirikan oleh Ibu Tipuk pada tahun 2010. Awal mulanya, Ibu Tipuk sekedar mengikuti acara-acara seperti halnya perlombaan desain batik tingkat Jawa Timur pada tahun 2010. Dalam perlombaan desain batik tingkat Jawa Timur tersebut Ibu Tipuk memperoleh juara sebesar 4 juta rupiah. Melihat potensi yang dimiliki

beliau, Ibu Tipuk memiliki inisiatif untuk mempergunakan 2 juta dari hadiah tersebut sebagai modal usaha batik, sedangkan 2 juta lagi dipergunakan untuk keperluan sehari-hari. Awal berdiri usaha, Ibu Tipuk tidak memiliki karyawan. Setiap proses dari pembatikan hingga *finishing* dilakukan oleh keluarganya sendiri yang terdiri dari Ibu Tipuk, suaminya dan Ibunya dengan mengambil motif Cengkeh dan morif Turonggoykaso. Motif Cengkeh tersebut dipilih karena Kabupaten Trenggalek merupakan daerah penghasil cengkeh tepatnya di Kecamatan Munjungan dan Watulimo. Sedangkan motif turonggoyakso dipilih karena turonggoyakso merupakan kesenian asli Trenggalek. Adapun bahan-bahan yang digunakan untuk membuat batik yaitu kain dan lilin sebagai tinta.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan motif Cengkeh dan motif turonggoyakso tersebut banyak masyarakat sekitar yang tertarik untuk membelinya. Kabar batik dengan motif cengkeh milik Ibu Tipuk tersebar luas hingga pemerintah Kabupaten Trenggalek mengetahui bahwa di desa Ngentrong Kecamatan Karanganyar terdapat seorang pembatik. Setelah mengetahui hal tersebut pemerintah Kabupaten Trenggalek mengikut sertakan Ibu Tipuk dalam berbagai pameran batik baik tingkat daerah maupun nasional. Pada tahun 2012, Ibu Tipuk mengikuti pameran nasional di Yogyakarta, pada awalnya Ibu Tipuk merasa bimbang mengikuti pameran tersebut, karena bisa diketahui bahwa didaerah Yogyakarta merupakan gudangnya pengrajin batik, tapi

dengan tekad yang kuat dan berbekalkan keterampilan yang dimilikinya, akhirnya Ibu Tipuk memberanikan diri mengikuti pameran tersebut dengan mengusung motif cengkeh dan wayang.

Setelah pameran tersebut, Ibu Tipuk mendapatkan pesanan kain batik dari berbagai daerah dengan jumlah banyak. Merasa tidak sanggup untuk memprosesnya sendiri, akhirnya Ibu Tipuk mengambil karyawan yang berasal dari masyarakat sekitar. Sampai saat ini Ibu Tipuk sudah memiliki 15 karyawan. Semakin hari minat konsumen meningkat, dengan begitu Ibu Tipuk mendatangkan bahan-bahan pembuatan batik dari luar daerah. Ibu Tipuk mendatangkan kain dari Yogyakarta dan Surabaya, sedangkan lilin untuk tinta beliau datangkan dari Solo. Melihat usahanya semakin berkembang, Ibu Tipuk memiliki inisiatif untuk mendaftarkan nama merk produk batiknya tersebut. Hingga saat ini masih dalam proses, dan untuk perizinan UD Tiepoek telah memiliki surat izin usaha. Dalam pelaksanaan operasionalnya, industri batik UD Tiepoek, sebagian besar karyawannya melakukan proses pembatikan dirumahnya sendiri-sendiri dengan mengambil bahan-bahan dan contoh motif dari rumah Ibu Tipuk. Sedangkan untuk motif itu sendiri ada 2 motif yang menjadi ciri khas dari batik Trenggalek yaitu motif Cengkeh dan motif Turonggoyakso.

Untuk pemasarannya, UD Tiepoek kini sudah merambah ke berbagai daerah dan bahkan ke luar negeri seperti Taiwan dan Hongkong. Selain itu, batik yang diproduksi dari UD Tiepoek pernah

dibawa oleh desainer Indonesia mengikuti fashion show di Colombia. Keberhasilan dari UD Tiepoek itu sendiri tak lepas dari peran pemerintah yang selalu ikut serta dalam melibatkan Ibu Tipuk sebagai pemilik dalam berbagai pameran-pameran dan acara-acara penting. Dengan hal tersebut, pemerintah Trenggalek menerapkan kepada seluruh pegawai negerinya untuk memakai batik khas Trenggalek pada hari tertentu. Ibu Tipuk sendiri berkali kali diundang berbagai lembaga untuk memberikan bimbingan sekaligus praktek belajar kepada anak-anak muda yang berkaitan dengan batik.

b. UD Setya Jaya

UD Setya Jaya juga merupakan salah satu industri batik khas Trenggalek, didirikan oleh Ibu Rurik Setiyani pada tahun 2011. Awal mulanya, pada tahun 2005 Ibu Rurik Setiyani beserta Ibunya merupakan karyawan dari salah satu perusahaan batik yang berada di daerah Sumbergedong Trenggalek. Pada saat itu Ibu Rurik Setiyani bertugas memberikan hiasan berupa titik titik dalam motif batik. Kemudian pada tahun 2008, Ibu Rurik Setiyani mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Trenggalek.

Setelah pengalaman sebagai karyawan dalam dunia industri batik selama bertahun-tahun serta pelatihan yang diikuti, Ibu Rurik Setiyani memiliki inisiatif untuk membuka usaha miliknya yaitu produksi batik tulis pada tahun 2011. Dengan modal awal sebesar 2 juta dan 5 lembar kain, Ibu Rurik Setiyani berserta suami merintis usaha batik dengan

motif Cengkeh yang menjadi kebanggaan Kabupaten Trenggalek. Suami dari Ibu Rurik Setiyani sendiri merupakan perantau dan hasil dari merantau itu sebagian dipergunakan untuk modal awal usaha produksi batik. Seiring dengan berjalannya waktu dan jumlah pesanan yang semakin meningkat, Ibu Rurik Setiyani tidak mampu untuk memproduksi batik hanya dengan bantuan suami serta ibunya. Hingga akhirnya memutuskan untuk merekrut karyawan dari masyarakat sekitar dengan memberikan pelatihan kepada para masyarakat mengenai batik tulis.

Keputusan Ibu Rurik Setiyani untuk mendirikan industri batik tulis itu mendapatkan dukungan dan tanggapan positif dari pemerintah Kabupaten Trenggalek. Pendirian industri batik yang dirintis oleh Ibu Rurik diharapkan bisa menambah penghasilan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Trenggalek sering mengikut sertakan Ibu Rurik Setiyani dalam pameran-pameran daerah maupun nasional dengan tujuan mengenalkan produk khas Trenggalek. Setelah lama berdiri dan telah memiliki kurang lebih 15 karyawan, Ibu Rurik Setiyani mengambil langkah untuk mendaftarkan merk yang bernama UD Setya Jaya. Sampai saat ini UD Setya Jaya telah memiliki 15 karyawan. Sebagian besar karyawannya melakukan proses pembatikan dirumahnya sendiri-sendiri dengan mengambil bahan-bahan dan contoh motif dari rumah Ibu Rurik Setiyani.

Pemasaran batik UD Setya Jaya sudah mencapai luar pulau bahkan juga luar negeri. Sama halnya dengan UD Tiepoek, batik UD Setya Jaya juga dibawa oleh desainer nasional dalam fashion show di Colombia. keberhasilan UD Setya Jaya ini membawa dampak positif bagi masyarakat sekitar dan pemerintah, karena masyarakat sekitar khususnya Ibu-Ibu rumah tangga mendapatkan penghasilan tambahan dan juga bisa menumbuhkan kreatifitas yang lebih. Sampai saat ini ada 2 motif batik yang menjadi keunggulan yaitu motif Cengkeh dan motif Turonggoyakso. Untuk menumbuhkan kreatifitas dari anak-anak muda, Ibu Rurik Setiani pernah membimbing belajar tentang proses pembatikan di daerah Nganjuk dan juga di SMA Trenggalek.

3. Struktur organisasi

Organisasi merupakan kesatuan yang terdiri atas bagian-bagian dalam perkumpulan untuk tujuan tertentu. Dalam setiap organisasi terdapat kerjasama yang sistematis antara kumpulan beberapa orang tersebut. Pembentukan organisasi harus memperhatikan fungsi-fungsi yang diinginkan dan melakukan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas. Sehingga setiap orang dapat bertanggung jawab sesuai dengan tugas dan peranan yang diberikan.

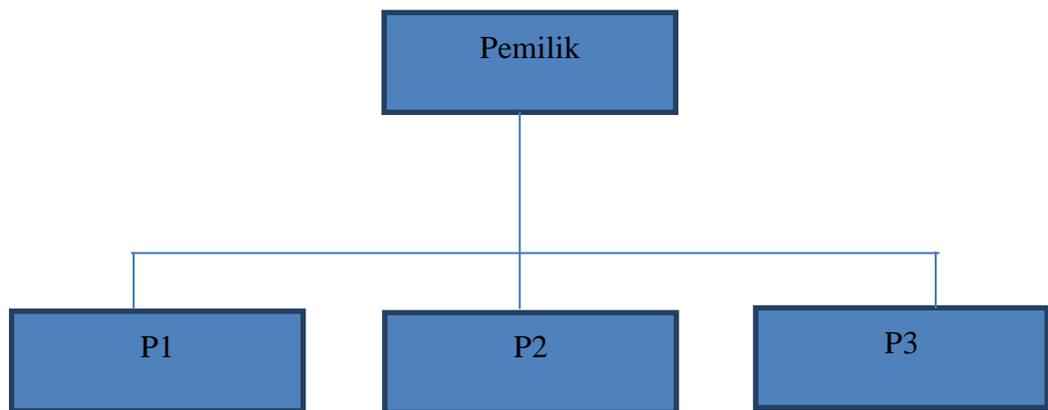
UD Tiepoek dan UD Setya jaya merupakan *home industry*. Akan tetapi organisasi tetap dibutuhkan bagi suatu perusahaan agar semua kegiatan didalamnya bisa terseruktur dengan baik. Dari struktur organisasi akan diketahui bagaimana lajur pelaksanaan tugas dan tanggung jawab, agar

tujuan perusahaan dapat tercapai. Secara sistematis struktur organisasi dapat digambarkan sebagai berikut:

a. UD Tiepoek

Gambar. 2.2

Struktur Organisasi Industri Batik UD Tiepoek



P1 : Pegawai bagian pembatik

P2 : Pegawai bagian pencelupan / pewarnaan

P3 : Pegawai bagian pemasaran

Pada UD Tiepoek pemilik perusahaan bertindak dalam pembelian bahan baku dan administrasi perusahaan. Sedangkan proses pembatikan, pewarnaan dilakukan oleh karyawan dan pemasaran dilakukan oleh karyawan atas kendali dari Ibu Tipuk sendiri sebagai pemilik UD Tiepoek. Berdasarkan pada gambar 4.1 dapat dijelaskan hubungan dan kewajiban dari masing-masing pihak yang terlibat, yaitu:

1) Pemilik

Pemilik merupakan pemegang modal perusahaan. Modal UD Tiepoek berasal dari pemilik sendiri dalam hal ini Ibu Tipuk.

Dalam menjalankan usahanya pemilik melakukan pengawasan yang bersifat menyeluruh, menetapkan rencana kerja perusahaan dan melakukan pengadaan bahan baku. Adapun yang terkait dengan pengadaan bahan baku yaitu jumlah bahan baku yang dibeli, tanggung jawab terhadap kualitas bahan baku, menentukan bahan yang akan digunakan dalam proses produksi, menentukan harga jual, menyelenggarakan administrasi serta membayar gaji karyawan.

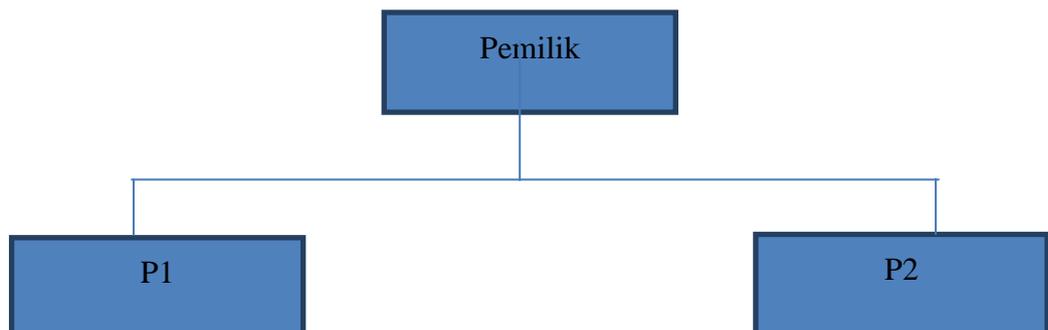
2) Karyawan

Karyawan atau pekerja pada UD Tiepoek berperan langsung dalam proses produksi, dimulai dari pematikan, pewarnaan sampai pemasaran. Adapun nama-nama karyawan UD Tiepoek, yaitu: a) bagian pematikan : Sutarmi, Murtini, Yanti, Mujiati, Narmi, Minarti, Ti'in, Supiyah dan Sukarti. b) bagian pencelupan/pewarnaan : Agus Basori. c) bagian pemasaran : Eko Wahyudi dan Sri Wahyuni

b. UD Setya Jaya

Gambar. 2.3

Struktur Organisasi Industri Batik UD Setya Jaya



Sumber : UD Setya Jaya

Keterangan :

P1 : Pegawai bagian pembatik

P2 : Pegawai bagian pencelupan / pewarnaan

Pada UD Tiepoek pemilik perusahaan bertindak dalam pembelian bahan baku dan administrasi perusahaan. Sedangkan proses pembatikan, pewarnaan dan pemasaran dilakukan oleh karyawan. Berdasarkan pada gambar 5.1 dapat dijelaskan hubungan dan kewajiban dari masing-masing pihak yang terlibat, yaitu:

1) Pemilik

Pemilik merupakan pemegang modal perusahaan. Modal UD Setya Jaya berasal dari pemilik sendiri dalam hal ini Ibu Rurik Setiani bersama suaminya Bapak Imam sopingi. Dalam menjalankan usahanya pemilik melakukan pengawasan yang bersifat menyeluruh, menetapkan rencana kerja perusahaan dan melakukan pengadaan bahan baku. Adapun yang terkait dengan pengadaan bahan baku yaitu jumlah bahan baku yang dibeli, tanggung jawab terhadap kualitas bahan baku, menentukan bahan yang akan digunakan dalam proses produksi, menentukan harga jual, menyelenggarakan administrasi serta membayar gaji karyawan, melakukan analisis pasar melakukan promosi serta pemasaran

2) Karyawan

Karyawan atau pekerja pada UD Setya jaya berperan langsung dalam proses produksi, dimulai dari pematikan, pewarnaan sampai pemasaran. Adapun nama-nama karyawan UD Setya jaya, yaitu: a) bagian pematikan : Wiwik, A'an, Endang, Sujinah, Sutarki, Timur. b) bagian pencelupan/pewarnaan: Nur, Anif, Emi, Titif, dan Nur Halimah.

4. Tujuan di dirikannya perusahaan

a. UD Tiepoek

UD Tiepoek merupakan *home industry*. Tujuan didirikannya usaha tersebut sebagai mata pencaharian dan mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Selain itu dengan adanya usaha batik tersebut diharapkan batik tulis khas Trenggalek tidak punah.

b. UD Setya Jaya

UD Setya Jaya merupakan *home industry*. Tujuan didirikannya usaha tersebut sebagai mata pencaharian dan mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga dan bisa menambah penghasilan warga sekitar yang diangkat sebagai pegawainya. Selain itu dengan adanya usaha batik tersebut diharapkan batik tulis khas Trenggalek tidak punah.

5. Modal awal

a. Modal awal UD Tiepoek

Bentuk usaha ini dalah usaha rumahan, jadi modal awal dari pemilik perusahaan dalam hal ini Ibu Tipuk. Adapun jumlah modal

awal yang digunakan untuk memulai usaha ini yaitu sebesar 4 juta, didapat dari hadiah sebuah *event* perlombaan desain batik tingkat provinsi. Dari hasil hadiah tersebut 2 juta dipergunakan modal usaha dan 2 juta dipergunakan keperluan lainnya.

b. Modal awal UD Setya Jaya

Bentuk usaha ini adalah usaha rumahan, jadi modal awal dari pemilik perusahaan dalam hal ini Ibu Rurik Setiani. Adapun jumlah modal awal yang digunakan untuk memulai usaha ini yaitu sebesar 2 juta yang dipergunakan untuk 5 lembar kain batik.

B. Temuan Penelitian

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian:

1. Implementasi Bauran Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Industri Batik Tulis UD Tiepoek dan UD Setya Jaya Karang Trenggalek.

Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis yang dipilih adalah dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran, yang terdiri dari tujuh unsur yaitu: *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence*. Untuk lebih jelas mengenai implementasi bauran pemasaran pada UD Tiepoek dan UD Setya Jaya berikut uraian yang diperoleh dari wawancara dengan pihak perusahaan dan UD Setya Jaya.

a. *Product* (produk)

Strategi produk yang dimaksud disini adalah strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengembangkan produknya. Dalam menghadapi persaingan, produk yang diinginkan konsumen adalah produk yang berkualitas dan dengan varietas yang selalu berbeda-beda. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk selaku pemilik UD Tiepoek.

“Biasanya pelanggan itu menginginkan jenis batik yang berbeda mas, dengan yang lain meskipun motif dasarnya tetap cengkeh, selain itu juga kualitas warna yang bagus selalu diinginkan oleh pelanggan, disini kami mempunyai dua jenis batik yaitu batik klasik dan batik modern. Maka dari itu, kami terus melakukan inovasi dengan menambah motif-motif baru ditambah dengan kombinasi warna, tentunya juga dengan kualitas yang tinggi. karena kalau tidak melakukan inovasi, bisa kalah saing dengan industri batik yang lainnya. Untuk memperoleh hasil warna yang kualitas tinggi, kami menggunakan pewarnaan alami.”¹¹⁴

Selain itu Ibu Rurik selaku pemilik UD Setya Jaya, juga mengatakan.

“Dalam mempertahankan pelanggan dan untuk menghadapi persaingan, kami selalu mengembangkan jenis batik dengan cara inovasi motif dengan motif yang baru dengan kualitas warna yang bervariasi juga. Motif yang menjadi unggulan dari perusahaan kami yaitu motif Turonggoyakso dan Cengkeh, pengembangan jenis batik dengan motif yang sama tapi corak yang berbeda”¹¹⁵

Dari paparan diatas yang disampaikan oleh Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, bahwa selain jenis batik klasik dan modern Ibu Tipuk terus berinovasi untuk menambah jenis batik, karena inovasi motif batik sangat penting dilakukan untuk menumbuhkan minat pelanggan dan juga untuk mempertahankan produknya agar tidak kalah saing dengan industri batik lainnya. Selain itu kualitas

¹¹⁴ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹¹⁵ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

pembatikan dan pewarnaan harus memiliki kualitas yang baik, maka dari itu Ibu Tipuk menggunakan pewarnaan alami.

Begitu pula dengan UD Setya Jaya mempertahankan pelanggan dan untuk menghadapi persaingan, hal yang dilakukan oleh UD Setya Jaya yaitu mengembangkan varietas produk dengan inivasi-inovasi yang lebih beragam dan warna yang lebih bervariasi, meskipun dengan motif yang sama yakni motif Turonggoyakso dan motif Cengkeh. Kedua motif ini menjadi unggulan dan ciri khas dari batik Trenggalek.

Oleh karena itu, motif selalu diinovasi, dan yang menjadi unggulan dari batik khas Trenggalek yaitu batik dengan motif cengkeh dan motif turonggoyakso. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Rurik selaku pemilik perusahaan.

“Motif batik batik yang menjadi unggulan dari UD Setya Jaya dan juga dari Kabupaten Trenggalek yaitu motif cengkeh dan motif turonggoyakso mas. Dengan alasan, bahwa motif cengkeh itu sebagai salah satu bentuk apresiasi terhadap petani cengkeh yang ada di kabupaten Trenggalek, dan menjadikan Trenggalek sebagai salah satu penghasil cengkeh terbesar. Selain itu ada lagi motif turonggoyakso atau batik Arumi mas, yang diambil dari salah satu kesenian khas Trenggalek oleh Ibu Arumi istri Bupati Trenggalek. Menurut Bu Arumi sudah banyak yang mengembangkan batik motif cengkeh dan manggis, makanya beliau membuat motif Arumi atau turonggoyakso”¹¹⁶

Ibu Tipuk juga menambahkan.

“Untuk motif yang menjadi unggulan dari batik khas Trenggalek yaitu motif cengkeh mas, karena di Trenggalek itu sendiri banyak sekali petani cengkeh dan menjadi ciri khas dari Trenggalek. Maka

¹¹⁶ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

dari itu pemerintah menekankan untuk melakukan inovasi tapi dengan motif yang sama yaitu motif cengkeh”¹¹⁷

Dari uraian yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa, Kabupaten Trenggalek memiliki ciri khas yaitu sebagai salah satu daerah penghasil cengkeh terbesar. Maka dari itu motif cengkeh harus menjadi ciri khas batik Trenggalek. Selain jenis dan motif yang bervariasi, para pelanggan juga menginginkan mutu dan fitur yang berkualitas. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Pelanggan merupakan prioritas kami mas, jadi apapun keinginan pelanggan akan kami lakukan selagi kami mampu, biasanya pelanggan membanding-bandingkan mutu dengan produk lain, untuk itu kami mengutamakan mutu yang berkualitas dengan menggunakan bahan-bahan alami, dengan bahan dasar alami itu akan menjadikan mutu produk lebih awet dan berkualitas sehingga mampu bersaing dengan batik-batik luar daerah.”¹¹⁸

Ibu Rurik menambahkan.

“Mutu yang berkualitas merupakan prioritas kami, seberapa banyak motif batik kalau tidak memiliki kualitas yang tinggi juga sama saja mas. Lebih baik memiliki motif batik yang sedikit tapi inovasi terus dikembangkan dan kualitas terus ditingkatkan supaya bisa memuaskan pelanggan, pemesanan semakin banyak dan bisa bersaing dengan batik-batik dari daerah lain”¹¹⁹

Alasan menerapkan mutu yang berkualitas supaya bisa meningkatkan reputasi perusahaan, selain itu juga sebagai pertanggung jawaban produk, dengan semakin meningkatnya persaingan produk, maka sebuah perusahaan dituntut untuk semakin bertanggung jawab

¹¹⁷ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹¹⁸ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018.

¹¹⁹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

terhadap produknya. Sebagai bentuk pertanggung jawaban sebuah perusahaan terhadap produk, salah satu cara yang dilakukan ialah dengan melakukan proses pengemasan, seperti yang telah dikatakan oleh Ibu Tipuk selaku pemilik perusahaan.

“Setelah proses dari pembatikan, pewarnaan, pencelupan sampai penjemuran selesai, kami selalu mengemas batik dengan baik. Karena dengan pengemasan yang rapi akan menaikkan daya beli pelanggan dan juga untuk melindungi produk supaya tidak rusak, biasanya kalau pengemasan jelek pelanggan jadi kapok”¹²⁰

Hal ini juga didukung oleh Ibu Rurik, selaku pemilik UD Setya Jaya.

“Setelah proses pembatikan selesai kami selalu mengemasnya mas, karena apa ?. Karena untuk menjaga keamanan dan kualitas batik kami, apalagi kalau pengiriman batik ketempat yang jauh, kami harus memastikan keamanan pengemasan sehinggakan batik tidak rusak sampai tujuan, selain itu juga kemasan yang bagus juga akan meningkatkan kepercayaan pelanggan, sampai saat ini belum ada komplain dari pelanggan mengenai batik yang kami kirimkan”¹²¹

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, pengemasan juga perlu dilakukan untuk melindungi produk supaya tidak mudah terkena kotoran, selain itu juga menambah daya tarik pelanggan. Kalau tidak dilakukan pengemasan dengan baik, bukan tidak mungkin produk bisa rusak atau mengalami kecacatan, apalagi jika produk itu sudah dipesan oleh pelanggan.

Selain jenis produk, kualitas produk dan pengemasan produk, untuk menjaga loyalitas pelanggan dan persaingan bisnis, maka

¹²⁰ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹²¹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

perusahaan harus memberikan jaminan garansi untuk tetap memperoleh kepercayaan dari pelanggan.

“Kami melakukan sistem garansi tergantung proses kerusakannya mas, kalau memang benar kerusakan itu berasal dari kelalaian kami dalam pengemasan atau dalam pendistribusian, maka kami siap menggantinya dengan batik yang baru dengan waktu 1 minggu. Yang terpenting bagi kami adalah kepercayaan pelanggan. Tapi sebaliknya, jika kerusakan itu sudah ditangan pelanggan maka kami tidak bisa berbuat apa-apa, karena barang sudah diterima”¹²²

Ibu Rurik menambahkan.

“Kami juga melakukan sistem garansi, kalau memang benar kerusakan itu berasal dari kesalahan kami dalam pengemasan atau dalam pendistribusian, maka kami siap menggantinya dengan batik yang baru dengan waktu 1 minggu. Tapi sebaliknya, jika kerusakan itu sudah ditangan pelanggan maka kami tidak bisa memberikan garansi”¹²³

Ibarat kata pelanggan adalah raja itu yang menjadi pedoman dari Ibu Tipuk, maka beliau berani mengambil tindakan menerapkan garansi demi mempertahankan kepercayaan pelanggan. Seiring berjalannya waktu ada banyak sekali motif-motif batik yang sama dengan motif batik yang diproduksi oleh UD Tiepoek, hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat, seperti yang dikatakan oleh Ibu Tipuk.

“Jika ada produk yang sama dengan produk batik kami, sebenarnya kami juga merasa terganggu mas, tapi kami tidak bisa berbuat apa-apa karena batik kami belum ada hak patennya, sehingga orang lain bebas untuk menirunya. Maka dari itu kami harus berinovasi untuk menambah motif-motif batik”¹²⁴

¹²² Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹²³ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

¹²⁴ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

Belum adanya hak paten menyebabkan banyaknya tiruan yang dilakukan oleh orang lain, tapi dengan adanya tiruan dari orang lain membawa dampak baik bagi Ibu Tipuk. Beliau bisa lebih berinovasi lagi dengan menciptakan berbagai motif.

Hal ini berbeda dengan tanggapan yang diberikan oleh Ibu Rurik, selaku pemilik UD Setya Jaya. Beliau mengatakan.

“Dengan adanya produk yang sama, itu berarti menjadi sebuah tantangan baru bagi kami. Sehingga kami mau tidak mau dituntut untuk lebih keras lagi dalam mengembangkan jenis-jenis dan motif batik dengan inovasi baru”¹²⁵

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa, adanya tiruan produk yang sama itu menjadikan sebuah tantangan baru, yang mana pemilik usaha harus benar-benar berinovasi dengan adanya persaingan yang baru tersebut.

b. Price (harga)

Harga adalah satu-satunya unsur yang menghasilkan penerimaan penjualan, harga juga merupakan petunjuk tentang nilai produk bagi seseorang. Dalam penetapan harga perusahaan tidak boleh menerapkan harga terlalu mahal, melainkan disesuaikan dengan kualitas dan proses produk. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Disini ada dua jenis batik yaitu batik klasik dan batik modern dengan harga yang berbeda, kalau batik klasik sekitar 500 ribu per lembar dan batik modern sekitar 200 ribu per lembar. Faktor penentu harga yaitu pertama motif, kalau motif untuk batik klasik itu sendiri agak rumit mas jadi diperlukan ketlatenan dan keuletan dalam proses pembatikannya, proses pembatikan batik klasik bisa

¹²⁵ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

menempuh waktu 30 hari. Berbeda dengan batik modern yang simpel tidak terlalu rumit, bahkan waktu pembatikannya relatif sedikit yaitu sekitar 4 hari perlembar. Faktor penentu harga yang kedua yaitu pewarnaan, batik klasik memiliki corak warna yang lebih banyak tentunya perlu kombinasi berbagai warna sedangkan batik modern membutuhkan warna yang lebih sedikit. Faktor penentu harga yang ketiga yaitu bahan baku, bahan baku yang kami gunakan berasal dari luar daerah, untuk kain mengambil dari Yogyakarta dan Surabaya, sedangkan untuk lilin yang dibuat tinta mengambil dari Solo.¹²⁶

Dari penjelasan Ibu Tipuk diatas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi penentuan harga yaitu biaya produksi (jenis batik yang disesuaikan dengan tingkat kerumitan, pewarnaan yang disesuaikan dengan warna kombinasi) dan bahan baku.

Berbeda dengan penerapan harga yang lakukan oleh UD Setya Jaya, Ibu Rurik mengatakan.

“Kami memproduksi dua jenis batik yaitu batik klasik dan batik modern dengan harga yang berbeda, harga mulai dari 150 ribu sampai 1,5 juta. Faktor penentu harga yaitu pertama jenis batik, kalau jenis batik klasik itu sendiri agak rumit mas jadi diperlukan ketlatenan dalam proses pembatikannya, proses pembatikan batik klasik bisa menempuh waktu 30 hari. Berbeda dengan batik modern yang simpel tidak terlalu rumit, bahkan waktu pembatikannya relatif sedikit yaitu sekitar 4 hari perlembar.. Faktor penentu harga yang kedua yaitu bahan baku, bahan baku yang kami gunakan berasal dari luar daerah, untuk kain mengambil dari Yogyakarta dan Surabaya, sedangkan untuk lilin yang dibuat tinta mengambil dari Solo”¹²⁷

Jadi, UD Setya Jaya menjadikan harga bahan baku sebagai faktor utama pembentukan harga, yang mana harga jual kain batik akan otomatis mengikuti harga bahan baku yang didapatkan dari luar daerah.

¹²⁶ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹²⁷ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

Selain hal diatas, strategi harga yang harus dilakukan perusahaan adalah dengan menerapkan sistem potongan harga atau diskon. Diskon sering kali digunakan oleh penjual untuk menarik pembeli agar membeli produk yang ditawarkan. Sistem diskon juga diterapkan pada UD Tiepoek, hal ini sesuai yang dikatakan oleh Ibu Tipuk.

“Banyak sekali pesanan-pesanan yang datang, untuk bulan ini saja ada lebih dari 1000 lembar pesanan kain batik. Dan selain itu biasanya dalam event-event tertentu kami mendapatkan pesanan kain yang banyak, terlebih juga kebijakan pemerintah Kabupaten Trenggalek yang mewajibkan untuk seluruh pegawai negerinya harus memakai batik khas Trenggalek pada hari tertentu. Dalam menyikapi pesanan batik yang jumlahnya banyak kami tak segan-segan untuk memberikan diskon, untuk diskonnya tergantung jumlah batik yang dipesan, supaya dikemudian hari pelanggan itu masih tetap memesan batik pada kami.”¹²⁸

Sistem diskon juga dilakukan oleh UD Setya Jaya, seperti yang di katakan Ibu Rurik.

“Biasanya dalam event-event tertentu kami mendapatkan pesanan kain yang banyak, terlebih juga kebijakan pemerintah Kabupaten Trenggalek yang mewajibkan untuk seluruh pegawai negerinya harus memakai batik khas Trenggalek pada hari tertentu. Dalam menyikapi pesanan batik yang jumlahnya banyak kami memberikan diskon, untuk diskonnya tergantung jumlah batik yang dipesan”¹²⁹

Salah satu strategi harga adalah dengan menerapkan sistem diskon, dengan diterapkannya diskon diharapkan akan menarik minat pembeli, karena diskon itu sendiri sering digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan hasil penerimaan. Oleh karena itu,

¹²⁸Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018,

¹²⁹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

produsen harus merancang program diskon sedemikian rupa, sehingga konsumen menjadi tertarik. memahami perilaku konsumen merupakan penunjang keberhasilan sistem diskon. Dalam menghadapi persaingan, harga harus memiliki pedoman sendiri, sehingga tidak mudah terkontaminasi oleh isu penetapan harga lain yang dilakukan para pesaing, seperti yang dikatakan Ibu Tipuk selaku pemilik.

“Dalam penetapan harga kami memiliki pedoman sendiri mas, dan tidak akan terpengaruh oleh orang lain. Bagi kami yang terpenting adalah produk kami cepat laku, sehingga bisa membayar para karyawan kasihan kalau tidak cepat dibayar. Kalau kami mengikuti permainan harga yang diterapkan oleh para pesaing yang kami takuti harga terlalu tinggi produk tidak laku-laku, kemudian bagaimana cara membayar karyawan”¹³⁰

Persaingan harga dan isu penetapan harga lain, memang tidak bisa dihindari dalam pasar. Hal ini menjadikan dilema bagi UD Tiepoek, yang mana harus mengikuti harga pasar tersebut apa menerapkan harga sendiri. Tapi UD Tiepoek memiliki pedoman penetapan harga sendiri yaitu yang paling penting adalah produknya cepat, sehingga bisa dibuat membayar para karyawannya.

Berbeda dengan tanggapan yang diberikan oleh UD Setya Jaya, dengan adanya penetapan isu harga lain. Ibu Rurik mengatakan.

“Jika ada harga lain, kami memiliki pedoman sendiri mas, kami tidak mudah terpengaruh dengan isu-isu semacam itu. Bagi kami yang penting batik bisa terus terjual dan hasilnya bisa buat bayar karyawan. Ya kasihan mas jika kami mengikuti harga lain, yang akhirnya batik kami tidak laku-laku, kami kan kasihan sama

¹³⁰ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

karyawan. Pokoknya jika harga bahan-bahannya belum naik kami masih tetap memiliki pedoman sendiri”¹³¹

Dengan adanya isu tentang harga lain, UD Setya Jaya ternyata telah memiliki pedoman sendiri, lebih mementingkan karyawan daripada mendapatkan untung yang banyak. Prinsip dari Ibu Rurik yaitu lebih baik untung sedikit tapi batik terus laku terjual, sehingga hasilnya bisa digunakan untuk gaji karyawan daripada mengikuti harga lain dan yang pada akhirnya tingkat penjualan batik menurun. Selama harga bahan baku batik masih tetap stabil, UD Setya Jaya tidak akan meninggikan harganya, kecuali jika harga bahan baku batik mulai naik, maka hal itu akan sangat dipertimbangkan oleh Ibu Rurik.

“Sebenarnya kami juga sangat keberatan mas jika harus menaikkan harga, jika harga naik otomatis permintaan juga berkurang mas. Tapi jika harga bahan baku naik terus kami tidak menaikkan harga tentunya juga kami sendiri yang akan rugi, jika kami rugi terus yang memberi upah karyawan siapa. Oleh karena itu kami mengambil kebijakan jika harga bahan baku naik, maka kami juga kan menaikkan harga perlembar batik”¹³²

Penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa setiap perusahaan memiliki pedoman sendiri dalam menentukan harga dan tidak akan terkontaminasi oleh orang lain, karena yang terpenting adalah produk cepat terjual dan gaji karyawan. Kecuali kalau harga kebutuhan naik, biasanya yang menjadi tolak ukur bahan-bahan pokok naik yaitu harga BBM.

¹³¹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

¹³² Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

“Kalau harga kebutuhan pokok naik secara tidak langsung kami juga akan menaikkan harga, supayaimbang antara biaya produksi dan biaya penjualan, sehingga kami masih mendapatkan keuntungan meskipun sedikit”¹³³

Naik turunnya kebutuhan pokok tidak bisa diperkirakan, oleh karena itu UD Tiepoek secara otomatis akan mengikuti perubahan harga kebutuhan pokok terutama harga bahan-bahan produksi batik.

c. *Promotion* (promosi)

Agar produk dapat dikenal oleh konsumen, maka perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Dalam melakukan promosi etika dan kesopanan harus diutamakan. Islam sendiri tidak melarang melakukan promosi asalkan promosi tidak mengandung unsur penipuan sehingga bisa merugikan orang lain. UD Tiepoek melakukan promosi melalui radio, pasang banner dan pameran-pameran. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Promosi yang kami lakukan dengan media radio, pasang banner jika ada event-event tertentu dan pameran-pameran yang diadakan tingkat daerah bahkan tingkat nasional, dalam pameran biasanya kami hanya membawa sampel, dan hanya menyediakan kartu nama, sehingga jika ada konsumen yang berminat langsung mengambil kartu nama tersebut untuk pemesanan. Pada bulan Februari kemarin salah satu batik kami, batik khas Trenggalek dibawa oleh salah satu desainer Indonesia untuk mengikuti fashion show di Colombia”¹³⁴

Hal serupa juga dikatakan Ibu Rurik.

¹³³ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹³⁴ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

“Promosi yang kami lakukan kebanyakan masih manual dalam artian promosi yang kami lakukan masih dari mulut-ke-mulut atau secara lisan tetapi kami juga memasang banner jika ada event-event tertentu dan pameran-pameran yang diadakan tingkat daerah bahkan tingkat nasional, dalam pameran biasanya kami hanya membawa sampel, dan hanya menyediakan kartu nama atau pun brosur sehingga jika ada konsumen yang berminat langsung mengambil kartu nama tersebut untuk pemesanan. Pada bulan Februari kemarin batik khas Trenggalek dibawa oleh salah satu desainer Indonesia untuk mengikuti fashion show di Colombia.¹³⁵

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh UD Tiepoek dan UD Setya Jaya sebenarnya sangat sederhana yaitu dengan menggunakan media radio, pasang banner dan berkali-kali mengikuti pameran-pameran. Tapi karena produk batik yang mempunyai ciri khas daerah dan mempunyai motif yang bagus, maka salah satu desainer Indonesia membawa batik Khas Trenggalek untuk mengikuti ajang fashion show tingkat Internasional. Suatu kebanggaan bagi UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, salah satu batik khas Trenggalek mengikuti *fashion show* di Colombia. Selain mengikuti pameran-pameran, Ibu Tipuk juga memanfaatkan kemajuan teknologi yang sudah berkembang.

“Selain ikut pameran-pameran kami juga menggunakan jasa internet mas, untuk promosi yang dilakukan secara online itu dilakukan oleh anak kami. Media yang digunakan seperti *watsAap*, *instagram* dan *facebook*”¹³⁶

Ibu Rurik juga mengatakan.

¹³⁵ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

¹³⁶ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

“Saya juga melakukan promosi menggunakan sosial media, seperti *facebook, instagram dan watsApp*”¹³⁷

Seiring dengan berkembangnya zaman disertai dengan kemajuan teknologi, membawa kemudahan bagi para pengusaha seperti UD Tiepoek dan UD Setya Jaya yang telah menggunakan peran jaringan internet untuk melakukan promosi. Selain dengan pameran-pameran dan menggunakan jasa internet, peran pemerintah juga berpengaruh dalam membantu mempromosikan batik khas Trenggalek.

“Pemerintah juga berperan dalam ikut serta mempromosikan batik khas Trenggalek selain memberikan izin usaha, pemerintah juga mengadakan pelatihan-pelatihan membatik bagi siswa-siswa di Trenggalek sekaligus untuk mengenalkan batik khas Trenggalek, dengan memanggil kami sebagai narasumber, kemudian pemerintah mewajibkan seluruh pegawai negerinya untuk memakai baju batik khas Trenggalek pada hari-hari tertentu”¹³⁸

Pemerintah harus berani mendukung penuh kreatifitas masyarakatnya, apalagi masyarakatnya itu mampu untuk mendirikan industri sendiri sehingga membawa dampak yang baik bagi perekonomian masyarakat dan bisa mengurangi pengangguran yang menjadi masalah terbesar akhir-akhir ini. Dengan memberikan izin usaha serta mengikutsertakan dalam berbagai pameran dan *event-event* berarti pemerintah juga ikut serta dalam mempromosikan batik dari UD Tiepoek yang juga menjadi ciri khas batik Trenggalek.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Rurik

¹³⁷ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

¹³⁸ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

“Peran pemerintah dalam mempromosikan batik khas Trenggalek selain memberikan izin usaha, pemerintah juga mengadakan pelatihan-pelatihan membatik bagi siswa-siswa di Trenggalek sekaligus untuk mengenalkan batik khas Trenggalek, dengan memanggil kami sebagai narasumber, kemudian pemerintah mewajibkan seluruh pegawai negerinya untuk memakai baju batik khas Trenggalek pada hari-hari tertentu, dan untuk pemasaran kami sudah sampai ke Kalimantan”¹³⁹

Pemerintah Kabupaten Trenggalek memang sangat antusias dengan industri batik di Trenggalek, hasilnya batik yang diproduksi oleh UD Setya Jaya pemasarannya sudah sampai Kalimantan. Pemerintah mendukung penuh kreatifitas masyarakatnya, apalagi masyarakat mampu untuk mendirikan industri sendiri sehingga membawa dampak yang baik bagi perekonomian masyarakat. Selain itu, dengan adanya industri yang diciptakan masyarakat tersebut bisa mengurangi pengangguran, yang menjadi masalah terbesar akhir-akhir ini. Dengan memberikan izin usaha serta mengikut sertakan dalam berbagai pameran dan event-event berarti pemerintah juga ikut serta dalam mempromosikan batik dari UD Setya Jaya yang juga menjadi ciri khas batik Trenggalek.

d. Pleace (saluran)

Penyaluran merupakan kegiatan penyampain produk berawal dari lokasi produk, ketersediaan produk, distribusi daerah penjualan dan lama waktu pengiriman sehingga sampai ketangan konsumen. Strategi lokasi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan menjaga

¹³⁹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

kebersihan, menyediakan berbagai tempat untuk proses pematikan.

Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk, selaku pemilik perusahaan.

“Untuk nyaman para karyawan kami menerapkan kebersihan, disediakan tempat sampah, disediakan juga tempat pembuangan limbah supaya tidak berserakan dimana mana, sehingga tidak mengganggu jalannya pematikan. Dan lokasinya pun kami buat dibelakang rumah supaya suasananya lebih enak dan santai karena disekitar tempat produksi ada banyak pepohonan yang rindang”¹⁴⁰

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Rurik.

“Lokasi pematikan dilakukan di samping rumah mas,karena tempatnya yang enak dan cerah, udara bebas disitu kami sudah menyediakan peralatan membatik dan untuk kenyamanan para karyawan kami menerapkan kebersihan, disediakan tempat sampah, disediakan juga tempat pembuangan limbah supaya tidak berserakan dimana mana, sehingga tidak mengganggu jalannya pematikan. Selain itu, kami juga memiliki tempat untuk memajang hasil-hasil produksi kami, yang berada didepan rumah, disitu juga kami buat lokasi senyaman mungkin sehingga pelanggan bisa nyaman dalam bertransaksi.”¹⁴¹

Lokasi yang nyaman menjadi salah satu faktor pendukung tercapainya hasil yang maksimal. Itu yang sudah diterapkan oleh UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, selain itu juga kebersihan yang selalu dijaga. Islam sendiri menegaskan bahwa kebersihan itu sebagian daripada iman. Dengan lokasi yang nyaman dan bersih tentunya memupuk semangat para karyawan untuk bekerja lebih giat memenuhi ketersediaan produk.

Selain lokasi produksi, ketersediaan produk itu sendiri sangat diperlukan, karena apabila sewaktu-waktu ada pelanggan mau beli,

¹⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁴¹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

masih terdapat produk yang bisa ditawarkan tanpa harus menunggu yang masih dalam proses pembatikan.

“Setiap hari kami melakukan pembatikan, supaya ketersediaan barang tetap terjaga dan untuk berjaga-jaga sewaktu-waktu ada pemesanan kain batik dengan jumlah yang banyak, seperti halnya bulan ini saja kami mendapatkan pemesanan sebanyak lebih dari 1000 lembar kain batik dan sebagian masih dalam proses pembatikan”¹⁴²

Menyimpan terlalu banyak produk tentu akan memperbesar biaya. Sedangkan apabila tidak memiliki persediaan akan sangat berisiko apabila konsumen memerlukan produk namun tidak tersedia, tentunya konsumen akan beralih ke produsen lain.

Ibu Rurik juga mengatakan, pentingnya persediaan produk.

“Kalau tidak ada kesibukan setiap hari kami melakukan pembatikan mas, supaya persediaan barang tetap terjaga dan untuk berjaga-jaga sewaktu-waktu ada pemesanan kain batik dengan jumlah yang banyak, apabila ada pemesanan dengan jumlah yang banyak kami biasanya memberikan diskon dan kain batik bisa diantar sampai tempat tujuan pemesanan oleh suami saya”¹⁴³

Sangat berisiko dan akan mengurangi keuntungan yang akan didapat perusahaan apabila tidak ada persediaan produk. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan tingkat produk yang optimal. Artinya, tidak menimbulkan beban biaya yang terlalu besar sekaligus juga tersedia apabila konsumen memerlukan.

Setelah persediaan produk untuk pelanggan/konsumen sudah terpenuhi, maka pendistribusian harus dilakukan oleh sebuah

¹⁴² Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁴³ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

perusahaan, sebagai bentuk *service* atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan/ konsumen. Sehingga produk pesanan bisa sampai ketangan pelanggan. Untuk pendistribusian produk, Ibu Tipuk mengatakan.

“Untuk pendistribusian yang lokasinya jauh kami menggunakan jasa POS dan JNE untuk waktu tergantung daerahnya mas. Dan untuk pendistribusian yang jaraknya tidak jauh suami saya yang akan mengantarkan”¹⁴⁴

Ibu Rurik menambahkan.

“Untuk pendistribusian yang jaraknya tidak jauh kami bersedia untuk mengantarkan. Dan untuk pendistribusian yang lokasinya jauh kami menggunakan jasa POS dan JNE untuk waktu tergantung daerahnya mas”¹⁴⁵

Proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan. Dalam pelaksanaan distribusi, perusahaan kerap kali harus bekerja sama dengan perantara dan saluran distribusi untuk menawarkan produknya ke pasar.

e. *People* (orang)

People/Orang dibutuhkan untuk memulai proses transaksi. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Untuk itu sebagai pemilik

¹⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UDTiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

perusahaan harus selalu memberikan pelayanan yang baik kepada karyawan dan pelanggan. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Pelayanan kepada para karyawan dan pelanggan harus kami lakukan supaya karyawan merasa betah dan semangat dalam bekerja, kalau pelayanan buat pelanggan supaya pelanggan itu merasa dihargai dan tidak kecewa, jadi kita harus sabar dalam menghadapi pelanggan, karena pelanggan adalah raja. Pelayanan kepada karyawan seperti pemberian jatah makan, memberikan waktu istirahat yang cukup, tidak memaksa untuk bekerja secara berlebihan dan memberikan bonus. Pelayanan kepada pelanggan seperti membantu dalam pemilihan batik dan membrikan potongan harga jika yang dibeli dalam jumlah banyak”¹⁴⁶

Ibu Rurik juga menambahkan.

“Disini kami memiliki 15 karyawan mas, semua saya perlakukan dengan sama. pelayanan kepada para karyawan Pelayanan kepada karyawan seperti pemberian jatah makan, memberikan waktu istirahat yang cukup, tidak memaksa untuk bekerja secara berlebihan dan memberikan bonus dan pelanggan harus kami lakukan supaya karyawan merasa betah dan semangat dalam bekerja, kalau pelayanan buat pelanggan supaya pelanggan itu merasa dihargai dan tidak kecewa, jadi kita harus sabar dalam menghadapi pelanggan, karena pelanggan adalah raja. Pelayanan kepada pelanggan seperti membantu dalam pemilihan batik dan membrikan potongan harga jika yang dibeli dalam jumlah banyak”¹⁴⁷

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *poeple* adalah salah satu elemen terpenting dalam proses produksi, baik karyawan maupun pelanggan. UD Tiepeok dan UD Setya Jaya juga menerapkan pelayanan yang baik kepada karyawan dan pelanggannya. pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti menjaga hubungan baik dengan pelanggan/konsumen, menyampaikan kondisi produk sesuai

¹⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepeok, pada tanggal 18 April 2018

¹⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

dengan keadaanya dan tidak berbohong. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Kami sangat menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, dalam hubungan dengan pelanggan kami memberikan arahan, seperti kualitas dan motif produk kami sangat bagus, kami berbicara semacam itu dengan jujur, tidak melebih-lebihkan dan kami juga menerapkan potongan harga, sehingga pelanggan tersebut bisa memberikan masukan kepelanggan lainnya untuk membeli produk pada kami”¹⁴⁸

Ibu Rurik mengatakan.

“Kepuasan pelanggan adalah prioritas kami mas, kami sangat menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, dalam hubungan dengan pelanggan kami memberikan arahan, seperti kualitas dan motif produk kami sangat bagus, kami berbicara semacam itu dengan jujur, tidak melebih-lebihkan dan kami juga menerapkan potongan harga, apabila pesanan banyak”¹⁴⁹

Pelanggan/ konsumen merupakan aset terbesar bagi perusahaan. Dengan mampu menjaga hubungan baik dengan pelanggan/konsumen, tentunya akan menjadi modal besar untuk perusahaan bisa berdiri kokoh, bersaing dengan perusahaan lain, serta mampu membuka lowongan pekerjaan bagi yang membutuhkan.

Selain memberikan pelayanan kepada pelanggan seperti uraian diatas UD Tiepoek juga memberikan pelayanan kepada karyawan, seperti mendapatkan jatah makan, mendapatkan bonus dan mendapatkan jam istirahat yang cukup, supaya karyawan merasa betah dan semangat dalam bekerja sehingga bisa menghasilkan motif batik yang bagus. Dalam perekrutan karyawan sendiri Ibu Tipuk tidak asal-

¹⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

asalan, ada beberapa kriteria yang ditetapkan seperti yang dikatakan beliau.

“Untuk perekrutan karyawan sendiri kami hanya mengambil dari tetangga-tetangga, karena masyarakat sini khususnya yang sudah sepuh-sepuh kebanyakan bisa membatik semua dan sudah berpengalaman. Untuk karyawan ada juga yang kami ambil dari kecamatan sebelah seperti kecamatan Panggul. Dengan adanya karyawan yang sudah berpengalaman itu kan bisa dibuat contoh untuk karyawan-karyawan baru”¹⁵⁰

Dari hasil wawancara dengan Ibu Tipuk diatas dapat dijelaskan bahwa kriteria perekrutan karyawan adalah yang sudah berpengalaman dalam bidang membatik, sehingga hasilnya pun tidak mengecewakan. Selain itu juga para pembatik senior bisa menyalurkan ilmunya kepada para pembatik pemula.

Berbeda dengan UD Setya Jaya, Ibu Rurik mengatakan.

“Karyawan kami ambil dari para tetangga saja mas, karena orang disini kebanyakan bisa membatik semua. Intinya kami mengambil karyawan yang sudah berpengalaman, selain itu kami juga memberikan pelatihan-pelatihan membatik kepada para pemuda disini dan bisa kami ambil sebagai penerus dari yang sepuh-sepuh”¹⁵¹

Pelatihan merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh UD Setya Jaya untuk perekrutan karyawan baru. Tentu dengan pelatihan, bisa menciptakan pembatik-pembatik muda sebagai penerus pembatik yang senior.

f. Process (proses)

¹⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁵¹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

Proses adalah semua prosedur, mekanisme dan aliran aktivitas yang menghasilkan sebuah produk. Dalam UD Tiepoek dan UD Setya Jaya setiap jenis batik, motif batik dan cuaca sangat mempengaruhi waktu memproses, seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Proses pembuatan batik tergantung jenis motif batiknya mas. Disini kan ada 2 jenis batik yaitu batik klasik dan batik modern, kalau batik modern itu satu lembar membutuhkan waktu pematikannya kurang lebih 4 hari dan pewarnaan sekitar 2 jam, setelah itu dijemur. Dan kalau batik klasik, satu lembar membutuhkan waktu yang lama sekitar 30 hari karena proses pematikan yang rumit juga disertai kombinasi warna yang banyak. Cuaca juga sangat berpengaruh untuk proses pematikan, kalau cuaca hujan proses penjemuran juga memakan waktu yang lama. Disini kami jelaskan proses pematikan yaitu pertama pematikan kain, kedua proses pewarnaan biasanya memakan waktu 2 jam, ketiga penjemuran dan yang terakhir proses finishing”¹⁵²

Ibu Rurik menambahkan.

“Lama tidaknya pembuatan batik tergantung jenis motif batiknya mas. Disini kan ada 2 jenis batik yaitu batik klasik dan batik modern, kalau batik modern itu satu lembar membutuhkan waktu pematikannya kurang lebih 4 hari dan pewarnaan sekitar 2 jam, setelah itu dijemur. Dana kalau batik klasik, satu lembar membutuhkan waktu yang lama sekitar 30 hari karena proses pematikan yang rumit juga disertai kombinasi warna yang banyak. Cuaca juga sangat berpengaruh untuk proses pematikan, kalau cuaca hujan proses penjemuran juga memakan waktu yang lama. Disini kami jelaskan proses pematikan yaitu pertama pematikan kain, kedua proses pewarnaan biasanya memakan waktu 2 jam, ketiga penjemuran dan yang terakhir proses finishing”¹⁵³

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, proses juga berpengaruh untuk menentukan hasil produksi, tapi biasanya pelanggan tidak terlalu

¹⁵² Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁵³ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

memikirkan bagaimana prosesnya karena yang terpenting baginya adalah hasil dari produk itu bagus dan memuaskan. Dalam pemrosesan setiap perusahaan tentunya sudah memiliki manajemen yang didalamnya mengatur tugas-tugas dari para karyawannya, seperti yang dikatan oleh Ibu Sutarmi sebagai karyawan bagian pembatik.

“Dalam proses pembatik ini biasanya memerlukan waktu 4 sampai 5 hari mas, tapi ya tergantung jenis dan motif batiknya, kalau yang rumit sampai 30 hari seperti batik klasik. Kalau ada pesanan banyak biasanya saya bawa pulang untuk pembatikannya, bahkan sampai lembur”¹⁵⁴

Ibu Wiwik sebagai karyawan UD Setya Jaya bagian pembatik juga mengatakan.

“Lama tidaknya pembatikan ini biasanya memerlukan waktu 4 sampai 5 hari mas, tapi ya tergantung jenis dan motif batiknya, kalau batik klasik yang rumit sampai 30 hari. Kalau ada pesanan banyak biasanya saya bawa pulang untuk pembatikannya, bahkan sampai lembur”¹⁵⁵

Setiap perusahaan tentunya memiliki kebijakan sendiri-sendiri dalam mengatur kinerja karyawannya. UD Tiepoek memberikan kebebasan kepada karyawannya untuk pengerjaannya bisa dibawa pulang, apalagi jika ada pesanan banyak, Ibu Tipuk menarapkan sistem lembur dengan tambahan gaji. Setelah proses pembatikan selesai selanjutnya proses pewarnaan, ini hanya bisa dilakukan di perusahaan UD Tiepoek, tidak bisa dibawa pulang, seperti yang katakan oleh Bapak Agus Basori.

¹⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Sutarmi selaku pembatik pada industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Wiwik selaku karyawan industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

“Setelah pematikan selesai selanjutnya proses pewarnaan mas, pewarnaan tidak bisa dilakukan dirumah para karyawan seperti halnya pematikan. Pewarnaan harus dilakukan di UD Tiepoek. Biasanya proses pewarnaan memerlukan waktu 2 sampai 3 jam, kalau kombinasi warnanya banyak juga agak lama. Disini ada warna alami dan juga warna buatan, warna alami menggunakan bahan-bahan dari alam seperti kunyit untuk warna kuning, manggis untuk warna keunguan, daun alpukat warna coklat dan kayu nangka warna kuning muda”¹⁵⁶

Ibu Nur Halimah menambahkan, selaku karyawan bagian pewarnaan/pencolatan.

“Biasanya proses pencolatan memerlukan waktu 2 sampai 3 jam, kalau kombinasi warnanya banyak juga agak lama. Disini ada warna alami dan juga warna buatan, warna alami menggunakan bahan-bahan dari alam seperti kunyit untuk warna kuning, manggis untuk warna keunguan, daun alpukat warna coklat dan kayu nangka warna kuning muda”¹⁵⁷

Menggunakan warna alami merupakan keunggulan tersendiri bagi batik khas Trenggalek, karena warna alami memiliki kualitas yang tinggi serta awet dan tidak mudah pudar.

g. *Physical evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik merupakan bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Ini merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada konsumen ataupun calon konsumen. Bukti fisik dari produk UD Tiepoek ada 2 motif yaitu motif cengkeh dan motif Turonggoyakso, semua motif batik tersebut

¹⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Agus Basori selaku pewarna pada industri batik UD.Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Nur Halimah selaku karyawan industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

seudah tersedia di dalam galery dari UD Tiepoek. Seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Untuk bukti fisik batik semua sudah ada di galery mas, baik yang motif cengkeh dan motif turonggoyakso, tinggal pilih yang sesuai dengan kehendak pelanggan. Dan apabila ada pemesanan dari luar daerah kami juga melayani permintaan motif, kami akan coba membuat motif setelah itu hasilnya kami kirimkan lewat foto”¹⁵⁸

UD Setya Juga, telah menyediakan bukti fisik yang kongkrit dengan berbagai motif dan jenis batik. semua telah tersusun rapi didalam galery yang letaknya tidak jauh dari kediaman Ibu Rurik. Seperti yang dikatakan Ibu Rurik.

“Bukti fisik dari batik kami semua sudah ada di galery mas, baik yang motif cengkeh dan motif turonggoyakso, tinggal pilih yang sesuai dengan kehendak pelanggan.”¹⁵⁹

Dari penjelasan Ibu Tipuk diatas dapat disimpulkan bahwa UD Tiepoek dan UD Setya Jaya selain memberikan bukti fisik, juga melayani permintaan motif dari para pelanggan.

Sebagai bukti fisik yang utama, merek adalah sebagai tanda pengenal dari perusahaan kepada pelanggan/konsumen. Ibu Tipuk mengatakan

“Untuk merek kami sudah mengajukan mas, tapi sampai saat ini masih dalam proses, sekitar 2 bulan lagi merk sudah biasa dipakai dan didinding galery banyak piagam-piagam penghargaan yang kami terima”¹⁶⁰

¹⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

¹⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

Ibu Rurik menambahkan.

“Sampai saat ini merek masih dalam proses, sekitar 2-3 bulan lagi merk sudah biasa dipakai”¹⁶¹

Menurut penjelasan dari kedua pemilik usaha tersebut, proses penciptaan merek memang dilakukan dengan bersama-sama, dengan bantuan pemerintah kabupaten Trenggalek, dengan alasan jika dilakukan individu tentunya akan memakan biaya yang lebih banyak.

Selain lokasi produk dan merek, peralatan yang digunakan dalam proses produksi juga bisa digunakan sebagai bukti fisik. Karena dengan adanya peralatan, dapat menyakinkan pelanggan/konsumen bahwa produk tersebut benar-benar asli. Hal tersebut seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Dalam proses pembatikan, kami masih menggunakan peralatan yang masih sederhana, mulai dari pembatikan sampai proses pewarnaan semuanya ada alatnya”¹⁶².

Ibu Rurik menambahkan.

“Tanpa adanya peralatan, kami tidak bisa membatik. Meskipun peralatan masih sederhana, tapi kami sudah memilikinya dan berfungsi sampai saat ini. Kadang-kadang ada pelanggan yang ingin melihat langsung proses pembatikan”¹⁶³.

Fasilitas yang paling dominan pada sebuah perusahaan adalah peralatan, dengan adanya peralatan yang mumpuni, tentu juga akan berdampak baik bagi hasil produksinya.

¹⁶¹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

¹⁶² Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁶³ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

2. Implementasi Bauran Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Industri Batik Tulis UD Tipeok dan UD Setya Jaya Karang Trenggalek Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Industri batik tulis UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, dalam menjalankan usahanya guna menghadapi persaingan sesuai dengan hasil wawancara diatas meliputi usaha dalam pemasaran produk. Kemudian strategi dalam pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu, *product, price, promotion, pleace, people, process* dan *physical evidence*.

Ibu Tipuk mengungkapkan, bahwa upaya pemasaran yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan/konsumen. Beliau mengungkapkan.

“Menjaga kepercayaan, karena jika produk ternyata kualitasnya jelek bisa dikembalikan, tidak membeda-bedakan pelanggan besar maupun kecil yang penting sesuai harga”¹⁶⁴

Kemudian Ibu Rurik menambahkan .

“Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan upaya bersikap baik, sopan, jujur dan bersahabat”¹⁶⁵

Dari pernyataan singkat diatas menunjukkan bahwa pemasaran dalam menghadapi persaingan yang dilakukan oleh UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, terjalin secara sehat dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan karyawan.

Dalam Islam juga dijelaskan, dalam melakukan kegiatan perniagaan etika bisnis Islam harus menjadi landasan. Sehingga tidak ada kecurangan

¹⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁶⁵ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

yang berakibat pada kerugian salah satu pihak. seperti yang dikatakan Ibu Tipuk.

“Dalam melakukan pemasaran InsyaAllah kami tidak melakukan kebohongan. Kami berkata jujur tentang kualitas produk, harganya juga sesuai dan promosi kami lakukan tidak ada unsur kebohongan.¹⁶⁶

Begitu juga dengan penjelasan yang dikatakan Ibu Rurik.

“Semua proses pembatikan sampai proses pemasaran kami lakukan dengan sadar dan tidak ada unsur kebohongan. Kami juga orang Islam jadi etika dan sopan santun harus kami utamakan.¹⁶⁷

Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.

3. Kendala yang terjadi dalam bauran pemasaran serta solusi pada UD Tiepoek dan UD Setya Jaya

Melaksanakan bauran pemasaran, memang bukan tugas yang mudah. Tak peduli seberapa bagus atau uniknya produk serta layanan, tetap saja perlu berkompetisi dengan banyak bisnis lain untuk mendapatkan perhatian audient target. Permasalahan pun sering terjadi,. Terkadang ada pelanggaran yang *complain*, seperti kesalahan motif, ketepatan waktu dan

¹⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoek, pada tanggal 18 April 2018

¹⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

kerusakan barang pada saat pendistribusian. Seperti yang dituturkan oleh

Ibu Tipuk:

“Permasalahan yang sering dikeluhkan konsumen yaitu mengenai ketepatan waktu yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal, hal ini dikarenakan jumlah pesanan yang semakin banyak dan para konsumen menginginkan untuk proses yang cepat, sedangkan kami sendiri masih memiliki karyawan yang terbatas”¹⁶⁸

Untuk menghadapi persoalan tersebut, maka pihak UD Tiepoeck memberikan pengertian kepada konsumen, dan akan berusaha semaksimal mungkin agar pihak konsumen tidak kecewa. Ibu Tipuk mengatakan:

“Untuk menghindari *complain* dari konsumen yang diakibatkan oleh terlambatnya waktu, maka pihak kami berusaha semaksimal mungkin dengan cara menerapkan sistem kerja lembur bagi para karyawannya, sebagian dari karyawan membawa pulang bahan-bahannya dan dikerjakan dirumahnya masing-masing”¹⁶⁹

Selain itu, kendala yang dihadapi lainnya seperti kerusakan pada saat pendistribusian produk, hal ini juga di tuturkan oleh Ibu Rurik:

“ Kami sering mengalami kendala pada saat pendistribusian produk, yaitu mengalami kerusakan, yang disebabkan karena kesalahan dari pihak kami sendiri”¹⁷⁰

Untuk mengatasi kendala kerusakan produk pada saat pendistribusian, pihak UD Setya Jaya memberikan garansi kepada konsumen, jika terbukti pihak UD Setya Jaya yang melakukan kesalahan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Rurik:

¹⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoeck, pada tanggal 18 April 2018

¹⁶⁹ Wawancara dengan Ibu Tipuk selaku pemilik industri batik UD Tiepoeck, pada tanggal 18 April 2018

¹⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

“Untuk mengatasi kendala tersebut, kami memberikan garansi kepada konsumen, jika itu memang terbukti kesalahan berasal dari pihak kami.”¹⁷¹

C. Analisis Data

1. Implementasi Bauran Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan bisnis ditinjau dari Etika Bisnis Islam pada Industri Batik Tulis UD Tiepoek dan UD Setya Jaya Karang Trenggalek.

Setelah melakukan pengamatan di UD Tiepoek dan UD Setya Jaya mengenai bauran pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis, pada dasarnya secara tidak langsung perusahaan tersebut telah menerapkan sebagian dari asas bauran pemasaran. Adapun komponen-komponen bauran pemasaran seperti *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *proces* dan *phisychal evidence*.

a. *Product* (produk)

Dari paparan data diatas dapat diuraikan bahwa strategi produk yang diproduksi oleh UD Tiepoek dalam mengembangkan produknya yaitu dengan mempertahankan kualitas dengan cara terus berinovasi mengembangkan motif baru, menerapkan pengemasan produk, dan memberikan garansi terhadap kerusakan barang. Sedangkan UD Setya Jaya strategi produk yang diterapkan oleh UD Setya Jaya dalam menghadapi persaingan bisnis dengan cara menjaga kualitas barang, bervariasi dengan motif baru, pengemasan yang baik dan memberikan garansi terhadap kerusakan barang.

¹⁷¹ Wawancara dengan Ibu Rurik selaku pemilik industri batik UD.Setya Jaya, pada tanggal 19 April 2018

Persamaan adalah antara UD Tiepeok dan UD Setya Jaya, strategi produk yang dilakukan dengan menjaga kualitas barang, pengemasan produk dan memberikan garansi. Sedangkan perbedaan di UD Tiepeok motif batik yang digunakan motif bunga cengkeh, manggis dan motif turonggoyakso namun di UD Setya Jaya menerapkan motif bunga cengkeh, motif turonggoyakso dan motif Arumi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa UD Tiepeok dan UD Setya Jaya menerapkan strategi produk bauran pemasaran.

b. Price (harga)

Dari paparan data diatas dapat dijelaskan bahwa, proses penentuan harga kain batik UD Tiepeok, yaitu biaya produksi (jenis batik yang disesuaikan dengan tingkat kerumitan, pewarnaan yang disesuaikan dengan warna kombinasi) dan bahan baku. Sedangkan UD Setya Jaya menjadikan harga bahan baku sebagai faktor utama pembentukan harga, setelah itu jenis dan motif batik juga menjadi pertimbangan penetapan harga UD Setya Jaya.

Persamaan strategi produk UD Tiepeok dan UD Setya Jaya adalah menjadikan harga bahan baku sebagai acuan utama dalam menetapkan harga, selain itu UD Tiepeok dan UD Setya Jaya juga menerapkan sistem diskon atau potongan harga. Perbedaannya, UD Tiepeok menjadikan biaya produksi dan bahan baku sebagai acuan penetapan harga, sedangkan UD Setya Jaya menjadikan harga bahan baku dan jenis batik sebagai acuan utama penetapan harga. Jadi dapat

disimpulkan bahwa UD Tiepoek dan UD Setya Jaya menerapkan strategi harga dalam bauran pemasarannya.

c. *Promotion* (promosi)

Dari paparan data diatas dapat diuraikan bahwa promosi yang dilakukan oleh UD Tiepoek melalui periklanan (radio, pasang banner dan sponsor), publisitas (dengan cara membuat berita), penjualan pribadi (medirikan galery sendiri, sehingga memudahkan untuk para pelanggan memilih motif-motif yang diproduksi oleh perusahaan), promosi penjualan (mengikuti pameran-pameran) dan sosial media. Adapun sosial media yang digunakan, seperti *WhatsApp, Facebook dan Instagram*.

Sedangkan Strategi promosi yang dilakukan oleh UD Setya Jaya bertujuan untuk menginformasikan dan membujuk pelanggan. Dengan cara menggunakan media radio, pasang banner, sponsor, medirikan galery sendiri sehingga memudahkan untuk para pelanggan memilih motif-motif yang diproduksi oleh perusahaan, mengikuti pameran-pameran, menggunakan jasa sosial media (*Facebook, Watsapp dan Instagram*) dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Dalam proses promosi diperlukan juga peran pemerintah, pemerintah Kabupaten Trenggalek juga ikut berpartisipasi dalam proses promosi yang dilakukan oleh industri-industri kecil. Menurut Ibu Tipuk ada beberapa peran pemerintah yang secara langsung maupun tidak langung ikut serta mempromosikan batiknya sehingga bisa menjadi

batik khas Trenggalek, seperti memberikan hak izin usaha, mengadakan pelatihan-pelatihan, memberikan fasilitasi untuk mengikuti pameran-pameran dan juga mewajibkan seluruh pegawai negeri se Kabupaten Trenggalek untuk memakai baju batik khas Trenggalek pada hari-hari tertentu.

Persamaan strategi promosi UD Tiepoek dan UD Setya Jaya adalah dengan cara periklanan, penjualan pribadi, publisitas dan promosi penjualan. Sedangkan perbedaannya adalah UD Setya Jaya berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa, UD Tiepoek dan UD Setya Jaya menerapkan strategi promosi dalam pemasaran produknya.

d. Place (saluran)

Dari paparan data diatas dapat dijelaskan bahwa, lokasi proses pembatikan UD Tiepoek memilih lokasi yang sangat nyaman dan strategis. Selain itu UD Tiepoek juga memiliki lokasi produk yang berupa galery, guna untuk menyimpan dan memasarkan produk. UD Tiepoek memberikan kemudahan ketika pelanggan melakukan pesanan kain batik dalam jumlah yang banyak, yaitu dengan mendistribusikan produknya sampai rumah pelanggan. UD Setya Jaya juga memiliki lokasi produk sendiri, baik lokasi produksi maupun lokasi penyimpanan produk atau dengan istilah galery dan UD Setya Jaya juga memberikan *service* berupa pendistribuisian produk, dengan catatan pembelian yang dilakukan dengan jumlah yang banyak.

Persamaan strategi saluran UD Tiepeok dan UD Setya Jaya adalah memiliki lokasi produk dan memberikan *service* berupa pendistribusian barang. Sedangkan perbedaannya adalah UD Tiepeok selain memiliki lokasi produk di rumahnya sendiri, juga memiliki lokasi produk di tempat lain. Sedangkan untuk UD Setya Jaya, hanya memiliki lokasi produk dirumahnya sendiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa antara UD Tiepeok dan UD Setya Jaya sama-sama menerapkan strategi saluran bauran pemasaran yaitu lokasi produk dan distribusi.

e. *People* (orang)

Dari paparan data diatas dapat dijelaskan bahwa, orang sangat diperlukan dalam proses produksi dan bertransaksi. Strategi yang diterapkan oleh UD Tiepeok yaitu dalam memberikan pelayanan kepada para karyawan dan pelanggannya. Dalam perekrutan karyawan UD Tiepeok lebih memilih merekrut tetangganya sendiri, yang sudah pandai membatik. Sedangkan UD Setya Jaya, juga memberikan pelayanan prima kepada karyawan dan pelanggannya. Yang mana karyawan diberikan kebebasan dalam proses pematikan, bisa dilakukan dirumah atau dilakukan di lokasi produksi.

Persamaan UD Tiepeok dan UD Setya Jaya adalah sama-sama membrikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan karyawan. Sedangkan perbedaannya dalam perekrutan karyawan UD Tiepeok lebih memilih merekrut orang-orang yang sudah berpengalaman dalam membatik, berbeda dengan UD Setya Jaya yang memilih untuk

memberikan pelatihan kepada tetangganya yang khususnya pemuda. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi *people* dalam UD Tiepoek dan UD Setya Jaya yaitu *service* kepada karyawan dan pelanggan.

f. Process (proses)

Dari paparan data diatas dapat diuraikan, bahwa setiap jenis dan motif batik mempengaruhi proses produksinya. Pada UD Tiepoek dan UD Setya Jaya memiliki jenis produksi batik yang sama yaitu jenis batik klasik dan batik modern, prosesnya juga sama, yaitu jenis batik klasik membutuhkan waktu kurang lebih 30 hari sedangkan batik modern hanya membutuhkan waktu 4 hari.

Persamaannya yaitu, sama-sama memproduksi dua jenis batik, batik klasik dan batik modern. Jadi, dapat disimpulkan bahwa waktu pemrosesan tidak berpengaruh terhadap pembelian konsumen, tapi yang paling penting adalah hasil dan kualitas yang bagus.

g. Physical evidence (bukti fisik)

Dari paparan data diatas dapat dijelaskan, bahwa UD Tiepoek dan UD Setya Jaya telah memiliki bukti fisik yang nyata, yaitu tempat produksi dan juga lokasi produk yang sudah terstruktur. Selain itu, juga ada bukti fisik lainnya seperti jenis batik yang diproduksi, berbagai motif cengkeh dan motif turonggoyakso yang sudah disimpan di galery, sehingga pelanggan bisa langsung memilih. Selain itu bukti fisik yang diberikan oleh UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, seperti sertifikat

pameran dan penghargaan yang terpasang di galery dari UD Tiepoek dan UD Setya Jaya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik yang berikan oleh UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, yaitu *Essential evidence* (bukti penting), seperti jenis-jenis batik yang terdapat pada lokasi produk dan tempat pembuatan batik. Dan *Peripheral evidence* (bukti pendukung), seperti piagam penghargaan.

2. Implementasi Bauran Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Industri Batik Tulis UD Tiepoek dan UD Setya Jaya Karang Trenggalek Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Dalam bauran pemasaran, UD Tiepoek memberikan informasi yang sedetail mungkin seperti spesifikasi produk, harga dan bukti gambar yang sesuai dengan kenyataan agar konsumen memiliki haknya untuk memilih dan memperoleh produk yang bagus. Selain itu, UD Tiepoek memberikan *service* yang sebaik-baiknya. UD Tiepoek pernah melakukan kesalahan dalam pengiriman produk, dimana salah satu kain yang dipesan oleh pelanggan mengalami kerusakan yaitu, memudarnya warna yang disebabkan oleh kesalahan pihak UD Tiepoek sendiri. Oleh karena itu, pihak UD Tiepoek memberikan garansi atau penggantian barang kepada pihak konsumen. Begitu juga dengan UD Setya Jaya, yang selama ini belum pernah mengalami kesalahan dalam proses pemasaran dan pendistribusian, karena sebelum produk ditawarkan terlebih dahulu akan

dilakukan pengecekan ulang kualitas maupun kuantitas produk, sehingga tidak mengecewakan calon pelanggan.

Dari hal tersebut persamaanya adalah sama-sama memberikan informasi yang sedetail mungkin mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu, pihak perusahaan juga menerapkan garansi atau penggantian barang apabila kerusakan produk disebabkan kesalahan pihak perusahaan. Perbedaannya adalah di UD Tiepoek pernah mengalami kesalahan dalam pendistribusian produk, sehingga produk mengalami kerusakan, yaitu memudarnya warna. Berdasarkan kasus tersebut, UD Tiepoek dan UD Setya Jaya menerapkan asas kejujuran dan profesional mengenai kriteria pemasaran produk, yaitu: produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, produk yang halal, dan dalam promosi tidak mengandung unsur kebohongan. Kemudian. Selain itu, juga menerapkan asas keadilan dimana apabila terjadi kesalahan dari pihak perusahaan, maka pihak perusahaan akan bertanggung jawab.

Dalam menetapkan harga, UD Tiepoek tidak berani membandrol dengan harga yang tinggi, karena memiliki pedoman penetapan harga sendiri dimana yang paling penting bagi perusahaan adalah produk bisa terjual sehingga, bisa membayar karyawannya. Berbeda dengan UD Setya Jaya, meskipun sama-sama tidak berani membandrol harga tinggi, tapi pihak UD Setya Jaya menjadikan harga bahan baku sebagai acuan utama dalam penetapan harga.

Berdasarkan hal tersebut, letak perbedaan dalam penentuan harga yaitu UD Tiepoek lebih menekankan pada produknya, yang paling penting bagi perusahaan produk bisa terjual, sehingga hasilnya bisa dibuat modal dan membayar karyawannya. Sedangkan UD Setya Jaya lebih menekankan pada harga bahan baku, bila harga bahan baku stabil, harga produk juga stabil dan sebaliknya jika harga bahan baku naik, maka secara otomatis harga produk juga naik. Persamaannya adalah mereka tidak mengambil keuntungan semata, namun juga memperhatikan manfaat dari produk.

Berdasarkan kasus tersebut, UD Tiepoek dan UD Setya Jaya menerapkan asas komunikatif (*tabligh*) dan amanah (*terpercaya*) mengenai kriteria penetapan harga, tidak hanya memperhitungkan *profit oriented* namun juga memperhatikan kenyamanan konsumen dengan menyelaraskan manfaat dari produk. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus selalu komunikatif dengan konsumen/pelanggan, sehingga pihak konsumen percaya, bahwa bandrol yang dipasang oleh pihak perusahaan pada produk yang ditawarkan memang sesuai dengan kualitas produk yang dijual.

3. Kendala yang Terjadi dalam Bauran Pemasaran Serta Solusi Pada UD Tiepoek dan UD Setya Jaya

Melaksanakan bauran pemasaran, memang bukan tugas yang mudah. Tak peduli seberapa bagus atau uniknya produk serta layanan, tetap saja perlu berkompetisi dengan banyak bisnis lain untuk mendapatkan

perhatian audient target. Permasalahan pun sering terjadi,. Terkadang ada pelanggan yang *complain*, seperti kesalahan motif, ketepatan waktu dan kerusakan barang pada saat pendistribusian. Hal itu mengakibatkan kekecewaan para konsumen.

Untuk menghadapi persoalan tersebut, maka pihak UD Tiepoek dan UD Setya Jaya memberikan pengertian kepada konsumen, dan akan berusaha semaksimal mungkin agar pihak konsumen tidak kecewa. Selain itu untuk menghindari *complain* dari konsumen yang diakibatkan oleh terlambatnya waktu, maka pihak kami berusaha semaksimal mungkin dengan cara memaksimalkan kinerja karyawan, menerapkan sistem kerja lembur bagi para karyawannya, sebagian dari karyawan membawa pulang bahan-bahannya dan dikerjakan dirumahnya masing-masing.

Kendala lain yang dihadapi UD Tiepoek dan UD Setya Jaya yaitu, kerusakan pada saat pendistribusian barang. Jika dalam pendistribusian produk mengalami kerusakan yang disebabkan kesalahan dari pihak UD Tiepoek dan UD Setya Jaya, maka pihak terkait akan bertanggung jawab dengan cara memberikan garansi produk.