

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Sejarah CV. Saha Perkasa Gajah Mada**

Perusahaan Batik Gajah Mada yang dimiliki Bapak Danu Mulyo berdiri pada tahun 1975 dan dikelola oleh istrinya yang bernama Monganah. Awalnya perusahaan ini hanya memproduksi batik tulis berupa kain, yang dibantu hanya 1-2 karyawan. Seiring berkembangnya zaman, pada tahun 1991 Perusahaan Batik Gajah Mada mulai mengenal batik cap dan batik *printing*, serta mulai mendapatkan pesanan batik untuk seragam. Pemesan seragam pertama adalah dari PEPABRI Purnawirawan, dan mulai berkembang untuk seragam sekolah. Saat ini CV. Saha Perkasa Gajah Mada memiliki karyawan kurang lebih 80 orang. Kurangnya media promosi mengakibatkan hanya kalangan tertentu saja yang mengenal Batik Gajah Mada sebagai batik asli dari Tulungagung.

Pada tahun 2001 perusahaan batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada mengadakan pameran di Arena Pekan Raya Jakarta untuk mewakili batik yang berasal dari Tulungagung. Di tahun yang sama CV. Saha Perkasa Gajah Mada juga diberi kesempatan untuk mewakili batik dari Tulungagung pada pameran di Surabaya EXPO.

Pada tahun 2003 CV. Saha Perkasa Gajah Mada diberi kepercayaan oleh Bupati Tulungagung yaitu Bapak Ir. Heru Cahyono, MM untuk mengadakan pagelaran batik yang diadakan di Pendopo Kabupaten

Tulungagung dengan perancang busana Ike Yuliana Sari. Pada tanggal 28 Agustus sampai 17 September 2003 mengisi stan pameran produk unggulan batik Tulungagung di pasar saing, kemudian pada tanggal 16 Oktober 2003 juga diberi kepercayaan dalam acara gelar Batik Gajah Mada dalam rangka malam akrab Polwil Kediri.

Pada tahun 2010 Perusahaan Batik Gajah Mada mendirikan sebuah butik yang menjual hasil produksi dari perusahaan tersebut. Butik ini diberi nama “Batik Gajah Mada”. Kurangnya media promosi mengakibatkan Batik Gajah Mada kurang diminati masyarakat Tulungagung dan sekitarnya. Pemilik Gajah Mada mempunyai keinginan setelah dipromosikan batik akan semakin dikenal masyarakat Tulungagung, dan menarik minat pembeli, karena batik bukan hanya dapat digunakan pada acara formal atau seragam saja, melainkan dapat menjadi *trend fashion* bagi kalangan kaum muda-mudi.

## **2. Lokasi**

Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih sebagai obyek penelitian yaitu Perusahaan Batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada yang beralamat di Dsn. Krajan Ds. Mojosari Kec. Kauman Kab. Tulungagung. Desa Mojosari berdasarkan batas wilayahnya menunjukkan :

Batas Sebelah	Berbatas Dengan :
Utara	: Desa Jatimulyo dan Desa Banaran
Timur	: Desa Sidorejo
Selatan	: Desa Kalangbret dan Desa Bolorejo

Barat : Desa Karangnom dan Desa Pucangan

Sedangkan berdasarkan batas wilayahnya Kecamatan Kauman

Menunjukkan arah :

Batas Sebelah Berbatas Dengan :

Utara : Kecamatan Karangrejo

Timur : Kecamatan Tulungagung

Selatan : Kecamatan Gondang

Barat : Kecamatan Pagerwojo

### **3. Visi, Misi, Logo dan Motto**

#### a. Visi

“Menumbuh kembangkan Batik Indonesia melalui Standart Profesionalisme Perusahaan”.

#### b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas mutu produksi batik sebagai budaya bangsa yang diakui oleh dunia.
- 2) Meningkatkan daya saing produksi Batik Tulungagung.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 4) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia staf karyawan Batik Gajah Mada.
- 5) Membuka cabang outlet dan melayani pasar *online*.

c. Logo dan Motto

1) Logo

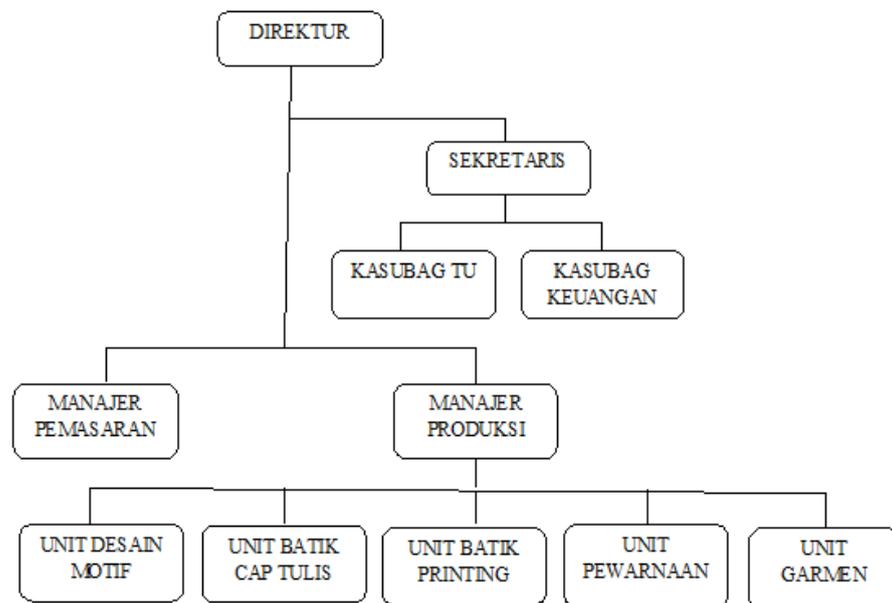


**Gambar 4.1 Logo CV. Saha Perkasa Gajah Mada**

2) Moto

“Batik Gajah Mada Batik Indonesiaku”

**4. Struktur Organisasi**



**Gambar 4.2 Struktur Organisasi**

## **5. Jenis-jenis Batik Produksi CV. Saha Perkasa Gajah Mada**

### a. Jenis Batik Tulis

- 1) Batik tulis asli
- 2) Batik tulis kombinasi cap

### b. Jenis Batik Cap

- 1) Batik cap
- 2) Batik cap kombinasi batik tulis
- 3) Batik cap kombinasi batik *printing*

### c. Jenis Batik *Printing*

- 1) Batik *printing*
- 2) Batik *printing* kombinasi kombinasi tulis dan kombinasi cap

### d. Jenis Batik Abstrak

- 1) Batik abstrak
- 2) Batik abstrak kombinasi jumputan

## **6. Jenis dan Proses Pembuatan Batik**

### a. Teknik Pembuatan Batik Tulis

Proses pembuatan batik tulis adalah proses yang membutuhkan teknik, ketelitian, dan kesabaran yang tinggi. Hal ini disebabkan oleh proses pembuatannya dikerjakan secara manual dengan menggunakan tangan terampil manusia tanpa menggunakan mesin. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan batik tulis, antara lain sebagai berikut :

- 1) Canting, adalah alat tulis lilin yang digunakan untuk menutupi pola dan motif batik. Jadi fungsinya seperti pensil untuk lilin.
- 2) Pensil pola
- 3) Kain mori putih yang biasanya kain sutera atau kain katun
- 4) Lilin malam
- 5) Kompor atau alat pemanas lilin malam
- 6) Bahan pewarna kain
- 7) Gawangan

Dalam proses pembuatan batik tulis harus menyiapkan terlebih dahulu kain mori terbentang, menggambar sketsa motif batik yang akan dibuat dengan menggunakan pensil, kemudian menorehkan cairan malam/ lilin dengan warna dengan menggunakan canting tulis secara teliti dan hati-hati. Apabila kain mori telah selesai digambar dengan cairan malam/ lilin, selanjutnya dilakukan proses pewarnaan, lorot malam, membilas soda, dijemur, dan disetrika. Berikut proses detail pembuatan Batik Tulis :

- 1) Menyiapkan kain mori, kemudian dibuat motif diatas kain tersebut dengan menggunakan pensil.
- 2) Setelah motif selesai dibuat, kemudian meletakkan kain pada gawangan.
- 3) Menyalakan kompor/ anglo, meletakkan malam/ lilin ke dalam wajan/ nyamplung, dan memanaskan wajan dengan api kecil

sampai malam/ lilin mencair sempurna. Untuk menjaga agar suhu kompor/ anglo stabil biarkan api tetap menyala kecil.

- 4) Tahap selanjutnya, menutupi kain dengan malam/ lilin pada bagian-bagian yang akan tetap berwarna putih (sama dengan warna dasar kain). Canting untuk bagian halus, atau kuas untuk bagian berukuran besar. Proses ini bertujuan agar pada saat pencelupan bahan/ kain kedalam larutan pewarna bagian yang diberi lapisan malam/ lilin tidak terkena pewarna.
- 5) Pada proses membatik dimulai dengan mengambil sedikit malam cair dengan menggunakan canting, tiup-tiup sebentar biar tidak terlalu panas kemudian menorehkan/ goreskan canting dengan mengikuti motif. Dalam proses ini harus dilakukan dengan hati-hati agar jangan sampai malam yang cair menetes diatas permukaan kain, karena akan mempengaruhi hasil motif batik.
- 6) Setelah semua motif yang tidak ingin diwarnai atau diberi warna yang lain tertutup oleh malam/lilin, selanjutnya dilakukan proses pewarnaan. menyiapkan bahan pewarna di dalam ember, kemudian celupkan kainnya ke dalam larutan pewarna. Proses pewarnaan pertama pada bagian yang tidak tertutup oleh malam/ lilin. Pewarnaan dilakukan dengan cara mencelupkan kain tersebut pada warna tertentu. Kain dicelup dengan warna yang dimulai dengan warna-warna muda, dilanjutkan dengan warna lebih tua atau gelap pada tahap berikutnya.

- 7) Setelah dicelupkan dalam pewarna, kain tersebut di jemur dan dikeringkan.
- 8) Setelah kering dilakukan proses pelorodan, proses teknik “pelorodan” dilakukan dengan cara lilin dikerik dengan pisau, kemudian kain di rebus bersama-sama dengan air yang telah diberi soda abu, kain yg telah berubah warna tadi direbus dalam air panas. Proses ini bertujuan untuk menghilangkan lapisan malam/ lilin sehingga motif yang telah digambar menjadi terlihat jelas. Apabila diinginkan beberapa warna pada batik yang kita buat, maka proses dapat diulang beberapa kali tergantung pada jumlah warna yang diinginkan.
- 9) Setelah kain bersih dari malam/ lilin dan dikeringkan, dapat dilakukan kembali proses pematikan dengan penutupan malam/ lilin menggunakan alat canting untuk menahan warna berikutnya.
- 10) Selanjutnya proses pencelupan warna yang kedua, dengan memberikan malam/ lilin lagi, pencelupan ketiga dan seterusnya. Misalkan dalam satu kain diinginkan ada 5 (lima) warna maka proses diatas tadi diulang sebanyak jumlah warna yg diinginkan berada dalam kain tersebut satu persatu lengkap dengan proses membuka dan menutup malam/ lilin dilakukan berulang kali sesuai dengan banyaknya warna dan kompleksitas motif yang diinginkan.

- 11) Setelah beberapa kali proses pewarnaan, kain yang telah dibatik dicelupkan ke campuran air dan soda untuk mematkan warna yang menempel pada batik, dan menghindari kelunturan.
- 12) Proses terakhir adalah mencuci /direndam air dingin dan dijemur sebelum dapat digunakan dan dipakai

b. Teknik Pembuatan Batik Cap

Proses pembuatan batik cap tidak seperti proses pembuatan batik tulis dalam proses pembuatannya menggunakan canting, pada proses pembuatan batik cap alat yang digunakan yaitu cap berupa stempel besar yang terbuat dari tembaga yang sudah didesain dengan motif tertentu. Bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan batik cap, yaitu sebagai berikut :

- 1) Cap berupa stempel
- 2) Meja
- 3) Kain mori putih yang biasanya kain sutera atau kain katun
- 4) Lilin malam
- 5) Kompor atau alat pemanas lilin malam
- 6) Bahan pewarna kain

Proses Pembuatan batik cap adalah sebagai berikut :

- 1) Kain mori diletakkan di atas meja yang berukuran 1 m x 1m datar yang telah dilapisi dengan alas yang lunak.
- 2) Malam/ lilin direbus hingga mencair dan dijaga agar suhu cairan malam ini tetap dalam kondisi 60 sampai dengan 70 derajat

Celcius.

- 3) Cap lalu dimasukkan kedalam cairan malam tadi dengan mencelupkan kurang lebih yang 2 cm tercelup cairan malam pada bagian bawah cap.
- 4) Cap kemudian diletakkankan dan ditekankan dengan kekuatan yang cukup di atas kain mori yang telah disiapkan tadi, Cairan malam/ lilin dibiarkan meresap ke dalam pori-pori kain mori hingga tembus ke sisi lain permukaan kain mori mengecap.
- 5) Setelah proses cap selesai, kain mori selanjutnya akan masuk ke proses pewarnaan, dengan cara mencelupkan kain mori ini ke dalam tangki yang berisi warna.
- 6) Cairan malam/ lilin telah terserap pada permukaan kain, tidak akan terkena dalam proses pewarnaan ini. Setelah proses pewarnaan selesai, dilanjutkan dengan proses berikutnya yaitu penghilangan berkas motif cairan malam melalui proses penggodogan atau ngelorot. Sehingga akan nampak dua warna, yaitu warna dasar asli kain mori berasal dari mori yang tertutup malam/ lilin, dan warna setelah proses pewarnaan yang dilakukan. bila akan diberikan kombinasi pewarnaan lagi, maka harus dimulai lagi dari proses pengecapan cairan malam – pewarnaan – penggodogan lagi. Sehingga diperlukan proses berulang untuk setiap warna. Hal yang menarik dari batik cap adalah pada proses perkawinan warna, karena permukaan kain mori yang telah diwarna sebelumnya akan

diwarna lagi pada proses pewarnaan berikutnya, sehingga perlu keahlian khusus dalam proses pemilihan & perkawinan warna.

- 7) Proses terakhir dari pembuatan batik cap adalah proses pembersihan dan pencerahan warna dengan soda. Selanjutnya dikeringkan dan disetrika.

c. Teknik Pembuatan Batik *Printing*

Batik printing atau batik sablon adalah jenis batik baru yang mana cara pembuatannya melalui proses sablon manual atau *printing* mesin pabrik. Seperti namanya, teknik pembuatan batik ini sama seperti pembuatan spanduk hanya saja bedanya adalah pada bahan warna yang digunakan. Peralatan yang digunakan dalam pembuatan batik *printing*, yaitu sebagai berikut :

- 1) Desain dalam ukuran satu bahan
- 2) Plankan yang digunakan untuk batik adalah plankan dengan pori-pori lebih besar, berbeda dengan plankan untuk spanduk atau kaos.
- 3) Pewarna, kain mori dan valet
- 4) Meja panjang
- 5) Obat batik dan kain yaitu manotek

Berikut langkah-langkah proses pembuatannya batik *printing* :

- 1) Menyiapkan desain
- 2) Menyeetak desain dalam plankan. Jumlah plankan yang dibutuhkan adalah sesuai dengan jumlah warna yang akan digunakan.
- 3) Siapkan kain mori dasar yang akan disablon, dengan posisi kain

mori yang kencang.

- 4) Metakan plangkan diatas kain, lalu tuangkan pewarna dan tarik pewarna dari ujung plangkan ke ujung plangkan lainnya dengan valet.
- 5) Keringkan kain mori yang telah diberikan warna
- 6) Ulangi langkah di atas, untuk setiap perbedaan warna dan desain

Berbeda dengan batik cap, batik *printing* ini hanya satu sisi kain mori saja yang mengalami proses pewarnaan. Sehingga warna dari batik *printing* ini relatif lebih mudah pudar. Dengan teknik pembuatannya yang bisa dikatakan tidak rumit, maka jenis batik ini dapat diproduksi dalam jumlah besar karena tidak melalui proses penempelan lilin dan pencelupan seperti batik pada umumnya.

Kelebihan dai batik *printing* adalah kecepatan dalam produksinya, karena sekali cetak satu warna hanya membutuhkan waktu 5 menit dengan hasil sesuai dengan ukuran plangkan yang digunakan. Selain itu motif batiknya pun bisa lebih detail. Teknik batik *printing* umumnya digunakan oleh produsen batik untuk memenuhi pakaian dalam jumlah yang cukup besar, sehingga biasa produksinya bisa lebih hemat.

## 7. Jenis Motif Batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada

**Tabel. 4.1 Motif Batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada**

No.	Motif Batik	Motif Batik Putih
1	Butal merah	Parang sujen
2	Sekar jagad	Parang kesit
3	Latar ireng	Parang klitik
4	Boket	Parang
5	Lereng kembang	Parang pamor
6	Latar buntal latar ireng	Barong kesit
7	Senthe buket	Barong
8	Lengko buket	Parang rusak
9	Parung buket	Parang wenang seling parung
10	Parung ombak banyu	Krantil
11	Sekar jagad manuk	Bledak
12	Lereng ombak banyu	
13	Sayonara	
14	Batik benhur	
15	Batik cocan	
16	Batik gajah	
17	Lereng modo	
18	Cucak rowo	
19	Gajah modo sogan	
20	Pacet padas gempal	
21	Pacet grising	
22	Pacet ungker	

*Lanjutan tabel*

No.	Motif Batik	Motif Batik Putih
23	Kawung rambutan	
24	Pacet totot	
25	Pacet rawan	
26	Pacet sisik ikan	
27	Pacet kesit	
28	Pacet pari-pari	
29	Pacet kroto	
30	Pacet barot asem	
31	Pacet isi timun	
32	Pacet ruwe	
33	Pacet semanggi	
34	Pacet cluken	
35	Pacet manggar	
36	Pacet	

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Karakteristik Informan**

Berdasarkan kerangka teori, maka hasil-hasil penelitian dapat dipaparkan sebagai berikut :

Dalam penelitian ini, peran informan/narasumber sangatlah penting karena informan merupakan sumber data yang utama. Adapun informan

pendukung yaitu karyawan CV. Saha Perkasa Gajah Mada. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

a. Informan I

Nama : Dwi Andarwati

Alamat : Desa Mojosari Kecamatan Kauman

b. Informan II

Nama : Erna Susanti

Alamat : Ngrendeng Kecamatan Gondang

c. Informan III

Nama : Yuwana Mey Wulandari

Alamat : Tiudan Kecamatan Gondang

2. Hasil Wawancara

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari informan/narasumber tersebut maka menghasilkan wawancara sebagai berikut :

a. Faktor-faktor pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan volume penjualan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, maka dapat dijelaskan mengenai faktor-faktor pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan volume penjualan adalah sebagai berikut. Dari saudari Erna Susanti menjelaskan sebagai berikut:

“Lokasi berada di rumah Bapak Danu yang merupakan tempat untuk memproduksi atau pembuatan batik, dan mulai berdiri pada tahun 1979 sampai sekarang. Meskipun akses menuju lokasi tidak begitu strategis karena tidak berada di keramaian kota tetapi

masyarakat tetap berkunjung sebab mereka mendapatkan informasi dari satu orang ke orang lain mengenai produk yang ditawarkan perusahaan dan konsumen tertarik untuk membelinya”.<sup>68</sup>

Saudari Erna Susanti menjelaskan lokasi berada di rumah pemilik usaha yaitu Bapak Danu. Karena perusahaan batik di Tulungagung ini sudah lama berdiri maka konsumen sudah banyak yang mengetahui mengenai kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Saudari Erna Susanti juga menyampaikan konsumen mendapatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan perusahaan dari satu orang ke orang lain.

Menurut pandangan saudari Yuwana Mey Wulandari dengan menjelaskan pendapatnya sebagai berikut :

“Perusahaan akan memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak. Jadi konsumen lebih memilih datang ke lokasi usaha tersebut dari pada pergi toko, karena di toko mereka tidak akan mendapatkan potongan harga (*discount*)”.<sup>69</sup>

Saudari Yuwana Mey Wulandari menjelaskan meskipun lokasi perusahaan batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada tidak strategis konsumen tetap akan mengunjunginya karena mereka mendapatkan potongan harga jika melakukan pembelian yang banyak berbeda dengan toko lain. Selain itu, konsumen juga dapat melihat secara langsung proses pembuatan batik.

Beda halnya dengan penjelasan yang ditegaskan oleh saudari Dwi Andarwati. Dwi Andarwati menjelaskan bahwa :

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Erna Susanti, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

<sup>69</sup> Wawancara dengan Yuwana Mey Wulandari, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

“Akses menuju CV. Saha Perkasa Gajah Mada sangat strategis karena akses menuju lokasi mudah dilalui dan mudah dijangkau dengan sarana transportasi, seperti : mobil, truk, dan angkutan besar lainnya. Selain itu, jalan menuju lokasi terdapat papan nama yang bertuliskan “ Batik Gajah Mada” yang memudahkan konsumen untuk menemukan lokasinya dengan cepat”.<sup>70</sup>

Lanjut saudari Dwi Andarwati :

“Selain akses, faktor lingkungan di CV. Saha Perkasa Gajah Mada juga sangat mendukung dalam pemilihan lokasi usaha karena orang-orang sekitar senang kerajinan membatik. Bahkan warga sekitarnya dulu pernah memiliki usaha batik sendiri dan setelah terjadi krisis moneter mereka mengalami kerugian. Akhirnya mereka di rekrut untuk bekerja di CV. Saha Perkasa Gajah Mada sehingga tersedianya tenaga kerja. Faktor tenaga kerja juga sangat mendukung, karena tenaga kerja sudah memiliki keterampilan dalam hal membatik, sehingga memudahkan perusahaan ini berdiri. Saat ini tenaga kerja yang dimiliki berjumlah 80 karyawan yang terbagi dalam bidang desain motif, desain batik cap tulis, desain batik *printing*, bagian pewarnaan, garmen, dan karyawan toko”.<sup>71</sup>

Saudari Dwi Andarwati menyampaikan bahwa akses menuju lokasi mudah dijangkau dengan transportasi sehingga memudahkan untuk saluran distribusi. Selain itu akses menuju lokasi juga sangat mudah setiap gang diberi papan nama bertuliskan “Batik Gajah Mada” sehingga mempermudah masyarakat untuk menemukan dan berkunjung.

Saudari Dwi Andarwati juga menyampaikan selain akses yang menjadi faktor dalam pemilihan lokasi usaha adalah faktor lingkungan dan juga faktor tersedianya tenaga kerja. Faktor lingkungan merupakan hal yang sangat penting untuk pertimbangan dalam

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Dwi Andarwati, pada hari Senin tanggal 9 Juli 2018

<sup>71</sup> Wawancara dengan Dwi Andarwati, pada hari Senin tanggal 9 Juli 2018

pemilihan lokasi usaha. Apabila lingkungan sekitar tidak mendukung, maka perusahaan tidak akan berjalan dengan baik.

Tenaga kerja merupakan orang yang berperan penting dalam proses kegiatan produksi. Dalam kegiatan produksi tidak lepas dari tenaga kerja karena sangat mendukung untuk melancarkan kegiatan produksi hingga memperoleh hasil produksi yang diharapkan perusahaan. CV. Saha Perkasa Gajah Mada berada di daerah pedesaan dan di tengah-tengah pemukiman penduduk sehingga memudahkan perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja.

Lanjut dari Saudari Dwi Andarwati :

Mengenai ketersediaan bahan baku kami masih mengambil dari luar kota, hal ini disebabkan lingkungan sekitar belum ada yang *supply* bahan mentah, sehingga bahan baku yang digunakan dalam proses produksi belum tersedia.<sup>72</sup>

Saudari Dwi Andarwati mengatakan bahwa kendala yang dihadapi CV. Saha Perkasa Gajah Mada dalam proses produksi yaitu tidak tersedianya bahan baku untuk pembuatan batik, dimana untuk mendapatkan bahan mentah harus mendatangkan dari luar kota agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan kebutuhan konsumen terpenuhi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti selama dilapangan yaitu setiap gang menuju lokasi usaha terdapat papan nama “Batik Gajah Mada” yang bertujuan untuk memudahkan

---

<sup>72</sup> Wawancara dengan Dwi Andarwati, pada hari Senin tanggal 9 Juli 2018

konsumen maupun calon konsumen untuk mengunjunginya terutama bagi pengunjung yang berasal dari luar kota. Hasil dokumentasi peneliti :



**Gambar 4.3 Papan Nama “Batik Gajah Mada”**

- b. Kebijakan promosi yang dilakukan CV. Saha Perkasa Gajah Mada dalam meningkatkan volume penjualan

Selain keputusan pemilihan lokasi usaha, dalam menjalankan kegiatan usahanya perusahaan juga harus melakukan promosi. Promosi merupakan kegiatan perusahaan yang dirancang dan bertujuan untuk memberikan informasi-informasi serta membujuk konsumen tentang produk yang dihasilkan perusahaan agar tertarik untuk membeli barang maupun jasa. CV. Saha perkasa Gajah Mada dalam memperkenalkan produknya yaitu batik dan menggunakan berbagai media untuk menarik konsumen.

Dalam salah satu wawancara dengan Saudari Dwi Andarwati, menjelaskan bahwa :

“Dalam mempromosikan produk perusahaan menggunakan berbagai media seperti : memasang *banner*, spanduk, dan melalui radio. Selain itu juga melalui media on-line seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan web, webnya kami yaitu [www.batikgajahmada.com](http://www.batikgajahmada.com). Kami juga mengadakan berbagai macam pameran seperti Hari Batik Nasional dan lain sebagainya”<sup>73</sup>.

Tambahan dari Saudari Erna Susanti:

”Saat ada *event-event* tertentu, perusahaan mendapatkan undangan dari Pemerintah Daerah untuk mengikuti berbagai macam pameran baik di wilayah Tulungagung maupun di luar kota. Pada saat pameran kami akan menonjolkan produk-produk unggulan untuk menarik minat calon konsumen”<sup>74</sup>.

Saudari Dwi Andarwati dan saudari Erna Susanti menyampaikan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan CV. Saha Perkasa Gajah Mada saat ini yaitu memasang *banner* dan spanduk, melalui radio, selain itu juga melalui media on-line dan web. Web CV. Saha Perkasa Gajah Mada yaitu [www.batikgajahmada.com](http://www.batikgajahmada.com). Selain itu, CV. Saha Perkasa Gajah Mada juga melakukan berbagai pameran yang diselenggarakan di wilayah Tulungagung maupun luar wilayah Tulungagung dengan menonjolkan produk-produk unggulan yang ditawarkan perusahaan.

Berbagai upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produknya yaitu dengan melakukan kegiatan promosi yang lancar dengan menggunakan berbagai media agar produk yang dihasilkan dikenali oleh masyarakat dan pada akhirnya masyarakat tertarik dan berminat untuk membelinya. Kegiatan

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Dwi Andarwati, pada hari Senin tanggal 9 Juli 2018

<sup>74</sup> Wawancara dengan Erna Susanti, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

promosi yang tepat dapat meningkatkan hasil penjualan CV. Saha Perkasa Gajah Mada karena dengan adanya promosi perusahaan berharap mengalami peningkatan volume penjualan setiap bulannya. Kemudian Saudari Yuwana Mey Wulandari mengatakan bahwa :

”Jika ada program sekolah untuk observasi mengenai industri batik, maka para pelajar akan mengunjungi CV. Saha Perkasa Batik Gajah Mada. Hal tersebut digunakan perusahaan untuk mengenalkan berbagai produk yang dihasilkan dengan mengajak mereka bergabung untuk belajar dan melihat proses pembuatan batik secara langsung”.<sup>75</sup>

Saudari Yuwana Mey Wulandari menyampaikan bahwa banyak pelajar yang berkunjung ke lokasi usaha untuk melakukan observasi tentang produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Maka hal tersebut dimanfaatkan perusahaan untuk lebih memperkenalkan produknya agar lebih dikenal masyarakat dan tertarik untuk melakukan pembelian.

Tambahan dari Saudari Erna Susanti :

Kami juga memiliki tenaga *marketing* atau *sales* yang siap membantu untuk menjelaskan kepada masyarakat mengenai kelebihan-kelebihan produk yang ditawarkan perusahaan. Ini juga merupakan strategi promosi agar masyarakat mengenal produk-produk kami dan tertarik untuk membeli.<sup>76</sup>

Saudari Erna Susanti menjelaskan bahwa perusahaan dalam memperkenalkan produknya juga melalui tenaga *marketing* yang bertatap secara langsung dengan konsumen untuk menjelaskan berbagai jenis dan motif batik serta keunggulan dari produk yang

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Yuwana Mey Wulandari, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

<sup>76</sup> Wawancara dengan Erna Susanti, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

ditawarkan perusahaan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen.

Tambahan dari Saudari Dwi Andarwati :

“Pada setiap bulannya data penjualan perusahaan akan mengalami peningkatan dan penurunan. Dan peningkatan penjualan biasanya terjadi pada saat memasuki tahun ajaran baru, karena konsumen akan memesan seragam dalam jumlah yang banyak. Saat pemesanan produk banyak, kami akan memberikan potongan harga atau diskon”.<sup>77</sup>

Saudari Dwi Andarwati menyampaikan bahwa data penjualan perusahaan batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada tidak selalu mengalami peningkatan. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan analisis volume penjualan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut mengalami penurunan atau peningkatan dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti selama di lapangan yaitu CV. Saha Perkasa dalam mempromosikan produknya melalui berbagai macam media promosi antara lain memasang spanduk, mengikuti pameran, melalui radio, dan menggunakan media *on-line* agar produknya dapat dikenal oleh khalayak. CV. Saha perkasa juga memiliki tenaga *marketing* atau *sales* yang siap menjelaskan mengenai keunggulan produk. Hasil dokumentasi peneliti :

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Dwi Andarwati, pada hari Senin tanggal 9 Juli 2018



**Gambar 4.4 CV. Saha Perkasa Gajah Mada mengikuti pameran**

- c. Strategi pemilihan dan pengembangan merek (*brand*) dalam meningkatkan volume penjualan

Merek merupakan salah satu bagian terpenting dalam suatu produk. Dengan adanya merek maka akan memberikan nilai tambah bagi produk itu sendiri. Dalam salah satu wawancara dengan Saudari Erna Susanti, mengatakan bahwa :

“Alasan mengapa memilih merek Gajah Mada yaitu diambil dari nama jalan Gajah Mada. Diharapkan masyarakat akan terus mengingat dan akan terus menggunakan produk Gajah Mada yang menggunakan label “GM””.<sup>78</sup>

Saudari Erna Susanti menjelaskan merek (*brand*) Gajah Mada diperoleh dari nama jalan menuju lokasi usahanya yaitu Gajah Mada. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengenal dan mengingat batik Gajah Mada dengan mudah. Karena merek yang mudah di ingat konsumen dan merek yang dapat menimbulkan kesan positif baik jika untuk promosi.

Timbul pertanyaan “*Bagaimana dengan aspek legalitasnya ?*”

<sup>78</sup> Wawancara dengan Erna Susanti, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

Yuwana Mey Wulandari mengatakan bahwa :

“CV. Saha Perkasa Gajah Mada merupakan perusahaan yang sudah berbadan hukum, dimana hak ciptanya di lindungi oleh Undang-Undang”.<sup>79</sup>

Lalu Yuwana Mey Wulandari menyodorkan bukti legalitas perusahaan, di dalamnya tertera :

No. Notaris	: No 12 Tgl 22 Juli 2000
Tanda Daftar Perusahaan (TDP)	: 13.32.3.17.004151
Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	: 01.975.424.629.000
Nomor Pokok Wajib Pajak SIUP	: 503.2/121/209/2011

Apabila *brand* suatu produk memiliki *image* yang positif dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, maka keputusan untuk membeli produk akan timbul dalam diri konsumen dan konsumen yakin akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan perusahaan. Sebaliknya, jika *brand* suatu produk memiliki *image* yang rendah, maka akan timbul keraguan di benak konsumen untuk membeli suatu produk.

Timbul pertanyaan “*Bagaimana CV. Saha Perkasa Gajah Mada mengembangkan merek dan menjaga loyalitas konsumen dengan menjaga kualitas produk ?*”.

Saudari Dwi Andarwati menjelaskan bahwa :

“Menurut saya, merek akan berkembang jika perusahaan terus menjaga kualitas produknya, karena dengan begitu konsumen akan

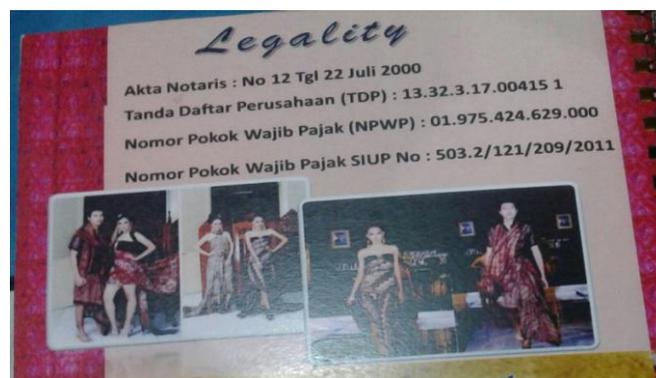
---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Yuwana Mey Wulandari, pada hari Rabu tanggal 4 Juli 2018

merasa puas dengan produk yang kami hasilkan, sehingga mereka akan terus mengingat merek Gajah Mada “GM”. Dalam menjaga kualitas produknya CV. Saha Perkasa Gajah Mada berusaha kualitas bahan bakunya dan bahan-bahan tersebut bermacam-macam jenisnya mulai dari yang biasa sampai yang bagus. Kemudian dari segi pewarnaannya dengan tidak mengurangi dosis obat warnanya, dan kami tidak akan mengurangi dosis obatnya hanya untuk mendapatkan harga penjualannya yang tinggi.<sup>80</sup>

Saudari Dwi Andarwati menyampaikan bahwa cara agar merek (*brand*) Gajah Mada selalu di benak konsumen yaitu dengan cara mempertahankan kualitas produk, dengan begitu konsumen tidak akan pindah ke produk pesaing dan perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen untuk membeli dan memakai produk dari CV. Saha Perkasa Gajah Mada. Jika konsumen terus melakukan pembelian secara berulang maka penjualan akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti selama di lapangan. Hal tersebut di dukung dengan bukti dokumentasi, sebagai berikut :



**Gambar 4.5 Legalitas Perusahaan**

---

<sup>80</sup> Wawancara dengan Dwi Andarwati, pada hari Senin tanggal 9 Juli 2018