

**PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN BATIK UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(STUDI KASUS WIRAUSAHA BATIK JENOGOROAN
DI MARELY JAYA BOJONEGORO)**

SKRIPSI

oleh :

Faiqotul Himmah
08130090



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS TARBIYAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Juli, 2012

**PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN BATIK UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(STUDI KASUS WIRAUSAHA BATIK JENOGOROAN
DI MARELY JAYA BOJONEGORO)**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Strata Satu (S-1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial (S.Pd)*

oleh

Faiqotul Himmah
08130090



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS TARBIYAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Juli, 2012

LEMBAR PERSETUJUAN

**PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN BATIK UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN**

**(STUDI KASUS WIRAUSAHA BATIK JONEGOROAN di MARELY JAYA
BOJONEGORO)**

SKRIPSI

Oleh :
Faiqotul himmah
08130090

Telah disetujui Pada tanggal, 21 Juni 2012

Oleh:
Dosen Pembimbing

Dr. H, Zulfi Mubaraq, MA
NIP. 197310172000031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan IPS

Drs. Muh. Yunus, M. Si
NIP. 196903241996031002

HALAMAN PENGESAHAN

PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN BATIK UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS WIRAUUSAHA
BATIK JENOGOROAN di MARELLY JAYA BOJONEGORO)

SKRIPSI

dipersiapkan dan disusun oleh
Faiqotul Himmah (08130090)
telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal
21 Juli 2012 dengan nilai A
dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Pendidikan IPS (S.Pd.)
Pada Tanggal : 21 Juli 2012

Panitia Ujian

Tanda Tangan

Ketua Sidang

Dr. H. Zulfi Mubaraq, M.

Ag

NIP. 197310172000031001

: _____

Sekretaris

M. Walid, MA

NIP. 197308232000031002

: _____

Pembimbing

Dr. H. Zulfi Mubaraq, MA

NIP. 197310172000031001

: _____

Penguji Utama

Drs. Muh. Yunus, M. Si

NIP. 196903241996031002

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Tarbiyah UIN Malang

Dr. H. M. Zainuddin, MA
NIP. 196205071995031001

PERSEMBAHAN

Dengan senantiasa memanjatkan puji syukur Al-Hamdulillah kehadiran ALLAH SWT-sholawat serta salam kehadiran Rasulullah SAW, penulis persembahkan karya berupa skripsi ini untuk:

ibuq

Yang telah tulus sabar dan ikhlas senantiasa membantu dengan do'a maupun materil dan memberikan semangat dengan penuh cinta dan kasih sayang yang selalu sabar menghadapi kenakalnq

Alm. Ayahanda kaulan

Yang telah tulus memberikan semangat dgn penuh perjuangan hingga akhir hayat ayah makcih telah merawat dan medidik dan memberi kasih sayang yang smpai saat ini masih bisa q rasakan(ya robb berilah ayah hamba tempat yang mulia dan

Allahumagfir lahu warhamhu wa'fu anhu dan lapangkan kubur beliau amin)

Keluarga besarq mbak ima dan mas agung yang telah memberi do'anya untukq, pakde", bude", dan om" n tante" trimakasih atas perhatian dan semangat yang kalian berikan kepadaq terutama motivator terbesarq LOVINA kau yang selalu mengisi hari- hariq dengan keceriaannya.

pahlawan- pahlawan tanda jasaq

Yang dengan sabar membimbing dan mencurahkan ilmunya tanpa pamrih (hanya ALLAH, yang mampu membalas-Nya)

Sahabat-sahabat

partner in chrim (Ummu, yuyun, habib, awan, ike, samudy yeyen, dimas,) dan semua yang tidak bisa aku sebut yang selalu ada untuk berbagi .(jadikanlah kami keluarga yang selalu ada dalam lindungan- MU ya Robb).

Someone ditepi hati ne

yang terkasih yang selalu menemaniq dalam kesepian, menghiburku dalam kesedihan dan merangkulku dalam kerapuhan.

Terima kasih atas semuanya (Mudah-Mudahan ALLAH, tetap menjadikan kita saudara)

Teman-teman IPS 08 khususnya ips b 08

(hanun, tika, nggus, nurma, inggar dan yg tak q sebut namanya) dan semua yang tidak bisa Aq sebut terima kasih atas kebersamaannya. (Ya ALLAH, jadikanlah perpisahan ini berkah bagi kami)

Keluarga besar wisma katalonia

(risty, fitri, zahro, nikmah, farihin, anik, mbak dina, mbak ratna) dan yang tak bisa q sebut namanya satu persatu yang selalu menemaniq dalam suka dan duka selama berada di kost tercinta.

Keluarga PKLI MAN BAURENO akhirnya skripsiq selsai juag alhamdulillah Ya ALLAH sujud & syukur atas kehadiran hamba- hambamu yang senantiasa menyayangiku sebagai bukti atas rahmat kepada kalian semualah kupersembahkan "karyaku ini"

MOTTO

وَمِنْ ثَمَرَاتِ النَّخِيلِ وَالْأَعْنَابِ تَتَّخِذُونَ مِنْهُ سَكَرًا وَرِزْقًا حَسَنًا إِنَّ فِي ذَلِكَ

لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ﴿٦٧﴾

Dan dari buah korma dan anggur, kamu buat minuman yang memabukkan dan rezki yang baik. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang memikirkan.(An- Nahl : 67)¹

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Dan Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.(Ar- Rahman:9)²

¹ Digital Qur'an. Versi 2.0

² Ibid.,

Dr. H. Zulfi Mubaraq, MA

Dosen Fakultas Tarbiyah

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Faiqotul Himmah

Malang, 21 Juni 2012

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Tarbiyah UIN Maliki Malang

di-

Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Faiqotul Himmah

NIM : 08130090

Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Judul Skripsi : *Proses Produksi Dan Pemasaran Batik Jonegoroan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Wirausaha Batik Jonegoroan Di Marely Jaya Bojonegoro)*

maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan.

Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing,

Dr. H. Zulfi Mubaraq, MA

NIP. 197310172000031001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 20 Juni 2012

Faiqotul Himmah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat,rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Proses Produksi Dan Pemasaran Batik Jonegoroan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Wirausaha Batik Jonegoroan di Marely Jaya Bojonegoro) sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Drs. M. Zainuddin, MA, selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. M. Yunus, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Zulfi Mubaraq, M.Ag selaku dosen pembimbing terima kasih atas kesabaran dan kebijaksanaannya dalam mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

6. Segenap pemilik dan karyawan marelly jaya yang telah meluangkan waktu untuk mendukung dan membantu dalam penelitian ini.
7. Orang tua tercinta alm. Kaulan dan bunda Nasriyah terima kasih atas dorongan, semangat, kasih sayang, keikhlasan, doa dan pengorbanannya yang telah diberikan kepada penulis selama ini sehingga dapat dijadikan semangat dan keyakinan dalam penyelesaian skripsi.
8. Keluarga besarku terima kasih atas nasehat- nasehat dan motivasi serta perhatian yang selalu membuat penulis tetap tegar dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman IPS angkatan 2008 terima kasih atas doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, khususnya IPS b makasih telah memberi kenangan persahabatan yang indah.
10. Sahabat remembrance 278 dan partner in crime (Ummu, Yuyun, Habib, Yeyen, Fauzi, Azis, Samudy, Huda, Cholik, Dll yang tak bisa saya sebut nama satu persatu) terima kasih motivasi dan nasehat- nasehatnya.
11. Keluarga besar wisma katalonia (risty, fitri, zahro, farihin, titin lilis, mbak ani, laily, anik, iza, mbak dina n mbak ratna) ingat perjuangan qta belum berakhir.
12. Sahabat- sahabat IKAMARO yang memberi pengalaman yang tidak dapat dilupakan semangat.
13. Untuk keluarga besar PKLI MAN BAURENO terima kasih telah jadi bagian di lembar kehidupanku.
14. Someone yang telah memberiku motivasi dan menemaniku saat sepi dan selalu menghibur di kala sedih.

15. Sahabat dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam memberikan doa, motivasi, dan bantuan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis untuk menyempurnakan skripsi ini. Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi peningkatan kualitas pendidikan.

Akhirnya kepada Allah jualah saya kembalikan dan pasrah diri atas segala kekurangan dan kekhilafan saya sebagai hamba yang Dho'if.

Malang, 21 juni 2012

Penulis

Faiqotul Himmah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
NOTA DINAS PEMBIMBING	vii
PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penelitian Terdahulu	8
F. Definisi Istilah	8
G. Ruang Lingkup	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Konsep Wirausaha	12
1. Pengertian wirausaha	12
2. Pengertian wirausaha menurut para tokoh	14

3. Wirausaha menurut pandangan islam	18
4. Karakteristik wirausaha	24
B. Pengertian teori produksi	25
1. Teori produksi	25
C. Pengertian Pemasaran	31
1. Pengertian Pemasaran	32
2. konsep pemasaran	33
3. Strategi Pemasaran	34
4. Manajemen pemasaran.....	34
D. Pengertian penjualan	39
1. Pengertian Penjualan	39
2. Pengertian volume penjualan	41
BAB III METODELOGI PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Kehadiran Peneliti	47
C. Lokasi Penelitian	48
D. Data dan Sumber Data	48
E. Tehnik Pengumpulan Data	49
F. Analisis Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	51
BAB IV HASIL PENELITIAN	54
A. Lokasi Marelly Jaya	54
B. Profil Marelly Jaya	54
C. Paparan data Penelitian	55
1. Proses Produksi	56
2. Produk dan Filosofi Batik Jonegoroan	56
3. Proses Pemasaran	66
4. Volume Penjualan	75

BAB V	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	77
A.	Proses Produksi	72
B.	Strategi Pemasaran	86
1.	Produk	86
2.	Harga	88
3.	Promosi	89
4.	Distribusi	90
BAB VI	PENUTUP	94
A.	Kesimpulan	94
B.	Saran	95
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN- LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
4.1 Tabel harga batik	64
4.2 Tabel harga batik.....	65
4.3 Tabel harga batik gatra linon	65
4.4 Tabel harga batik	66
4.5 Tabel harga batik.....	66
4.6 Tabel harga batik.....	67
4.7 Tabel harga batik.....	67
4.8 Tabel harga batik.....	68
4.9 Tabel harga batik.....	68
4.10 Tabel harga batik.....	68
4.11 Tabel harga batik.....	69

ABSTRAK

Himmah, Faiqotul, *Proses Produksi Dan Pemasaran Batik Untuk Meningkatkan Volume Penjualan .(Studi Kasus Wirausaha Batik Jonegoroan di Marely Jaya Bojonegoro)*. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dr. H. Zulfi Mubaraq M.Ag.

Batik merupakan warisan leluhur yang kaya akan nilai budaya yang terkandung dalam motif batik, dan harus dijaga dan di lestarikan dengan jari- jari anak bangsa. Batik ini mempunyai keunikan mulai dari motif dan warna yang sesuai dengan zaman, batik ini memiliki Sembilan motif yang menggambarkan daerah Bojonegoro. Manajemen Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Oleh karena itu, penelitian ini diadakan untuk mengetahui proses produksi dan pemasaran batik Jonegoroan pada toko “Marely Jaya” di Sumberejo Bojonegoro.

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah bagaimanakah proses produksi batik Jonegoroan dan strategi pemasaran batik Jonegoroan yang dilakukan oleh pemilik “Marely Jaya” di Sumberejo Bojonegoro.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, tepatnya pada industri batik Jonegoroan yang bernama Marely Jaya di Sumberejo Bojonegoro. Dengan pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan interview.

Berdasarkan hasil penelitian dengan melalui tahap pengumpulan data dan temuan dalam skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Bahwa proses produksi batik Jonegoroan di Marely Jaya proses produksi adalah kegiatan menggunakan faktor produksi yang ada sehingga dapat memenuhi kebutuhan manusia dan menghasilkan laba. Proses membatik yaitu meliputi cara membuat batik dari kain putih kemudian didesain kemudian batik dengan canting dilorot diwarnai dengan pewarna pengunci dan di lorot malamnya kemudian dijemur dan dilipat. Strategi pemasaran adalah pemasaran bauran yaitu produk, price, promosi dan place/ distribusi berikut kesimpulan dari peneliti :Produk Kain batik Jonegoroan, mukena sandal, tempat pensil tas, baju jadi, souvenir. Price/ harga kain berkisar antar 30.000 sampai dengan 200.000 sesuai dengan jenis motif, kain, jenis batik, dan perwarnaan. Promosi yang dilakukan oleh Marely Jaya yaitu media elektronik, dan di kirim ke luar kota serta mengikuti promo melalui expo. Place/ distribusi: di daerah Bojonegoro sendiri, termasuk sekolah dan toko-toko, daerah Jawa Timur seperti di Mall dan Luar Jawa.

Kata kunci : *Proses Produksi, Pemasaran Batik Jonegoroan.*

ABSTRAC

Himmah, Faiqotul, The Process of Producing And Marketing Batik For Increasing Sales Volume. (Case Studies in Entrepreneurial Batik Jonegoroan Marely Bojonegoro). Thesis. Social Educational Department, Economics Education Studies Program, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Dr. H. Zulfi Mubaraq MA.

Batik is a heritage which is rich by the cultural values described in some design. Due to the fact that, it must be maintained and preserved by all of Indonesian people. Batik has unique designs and colors based on the period, these have Nine design depicting Bojonegoro area. Marketing management is one of the main activities undertaken by the company to maintain the continuity of the company, to develop, and to make a profit. Therefore, this study conducted to determine the process of producing and marketing of the batik Jonegoroan shop "Marely Jaya" in Sumberejo Bojonegoro.

In addition, the focus of this research is how the process of producing and marketing strategies Jonegoroan batik made by the owner of "Marely Jaya" in Sumberejo Bojonegoro.

This research used qualitative research design by using a case study on Jonegoroan batik industry, Marely Jaya, in Sumberejo Bojonegoro. The researcher uses some steps to collect the data, such as observation techniques, documentation, and interviews.

From this research, the researcher found that the process of batik production in Marely Jaya Jonegoroan is the activity using the existing factors of production in order to complete the needs and generate profits. Second, the process of batik includes how to make batik from white fabric, designed by some motives, coloring by pigmentation, drying, and folding. Then, marketing strategy is the mix marketing of product, price, promotion, place, and distribution. In brief, the researcher concluded that product batik Jonegoroan , mukena, slippers, pencil bags, clothes, and souvenirs. Batik prices ranging between 30,000 and to 200,000 according to the type of pattern, fabric, batik type, and coloring. Then, promotion is done by electronic media, sent out of town, and follows the expo. Place / distribution: Bojonegoro, including schools and shops, Mall and department store in East Java and outside Java.

Keywords: Production Process, Marketing Batik Jonegoroan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap negara mempunyai ciri khas masing-masing. Indonesia yang terdiri atas berbagai pulau, suku bangsa, ras dan sebagainya tentunya mempunyai ciri khas yang beraneka ragam. Kenaekaragaman yang dimiliki bangsa Indonesia menjadi kekayaan tersendiri bagi negara Indonesia. Kekayaan itu bisa diambil dari setiap jenis keanekaragaman. Sebagai contoh sederhana di wilayah Jawa Timur tepatnya di Kabupaten Bojonegoro terdapat satu komoditas yang unik menjadi ciri khas wilayah tersebut.

Kabupaten Bojonegoro, adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Ibukotanya adalah Bojonegoro. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Tuban di utara, Kabupaten Lamongan di timur, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Madiun, dan Kabupaten Ngawi di selatan, serta Kabupaten Blora (Jawa Tengah) di barat. Bagian barat Bojonegoro (perbatasan dengan Jawa Tengah) merupakan bagian dari Blok Cepu, salah satu sumber deposit minyak bumi terbesar di Indonesia.¹

Kabupaten Bojonegoro mempunyai banyak khas mulai batik sampai makanan yang disebut² dengan ledre. Ledre adalah kudapan yang

¹ Perpres No. 6 Tahun 2011,

terbuat dari beras dan pisang. Salah satu dari keanekaragaman ciri khas Bojonegoro adalah dalam bentuk kerajinan batik. Salah satunya adalah batik Jenogoroan. Batik di sini mempunyai beberapa motif mulai dari gambar tokoh pewayangan angkling dharma sampai hasil mata pencaharian masyarakat Bojonegoro yang terkenal agraris.

Di Bojonegoro juga banyak sekali masalah yang berkaitan dengan batik mulai dari batik Bojonegoro yang kurang terkenal, bagaimanakah kualitas batik Bojonegoro sehingga dapat meningkatkan pesanan terhadap batik Bojonegoro sehingga dapat menjadikan batik sebagai ikon utama masyarakat Bojonegoro. Untuk menjadikan batik Bojonegoro lebih dikenal maka perlu wirausaha yang dapat mengembangkan proses produksi dan pemasaran sehingga dapat menjadikan batik jonegoroan lebih dikenal.

Batik merupakan warisan leluhur yang kaya akan nilai budaya yang terkandung dalam motif batik, dan harus dijaga dan di lestarikan dengan jari- jari anak bangsa. Tradisi membatik sudah dikenal semasa kerajaan Majapahit dan hanya dipakai untuk kalangan keraton, kaum priyayi maupun untuk upacara-upacara adat tertentu.

Wirausahawan (bahasa Inggris: *entrepreneur*) adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi

baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.³

Manajemen Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan.

Batik ini mempunyai keunikan mulai dari motif dan warna yang sesuai dengan zaman, batik ini memiliki Sembilan motif yang menggambarkan daerah Bojonegoro yang sekarang sering dilanjutkan dengan Bojonegoro “matoh” yang artinya bagus. Kemudian konsumen dapat memilih warna yang anda inginkan, agar sesuai dengan keinginan para konsumen dan membuat nyaman pemakai.

Maka dari itu penulis ingin melakukan study tentang **Proses Produksi Dan Pemasaran Batik Untuk Meningkatkan Mutu Sumberdaya Manusia Dana Volume Penjualan (Studi Kasus Wirausaha Batik Jenogoroan Di Sumberejo Bojonegoro)**

Di Bojonegoro sendiri batik tersebut kurang mendapat perhatian dari masyarakat karena kurangnya publikasi dan harga yang kurang terjangkau pada masyarakat Bojonegoro sendiri. Namun, batik Bojonegoro juga dapat menjadikan sebagian masyarakat Bojonegoro sebagai berkah

³ www.wikipedia.com diakses tgl 8 agustus 2011, jam 12:47

karena dengan adanya batik tersebut mereka bekerja dan dapat membantu perekonomian keluarga mereka, sehingga dapat menyekolahkan anak mereka sampai jenjang perguruan tinggi.



Gambar 1.1 motif batik jonegoroan

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimanakah proses produksi batik Jenogoroan dalam meningkatkan volume penjualan di Marely Jaya Bojonegoro?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang di lakukan oleh wirausaha batik Jenogoroan di Marely Jaya Bojonegoro?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses produksi batik jonegoroan di Marely Jaya Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh wirausaha batik Jenogoroan.

D. Manfaat Penelitian

Secara umum manfaat peneliti mengetahui penerapan proses produksi dan pemasaran batik jonegoroan, secara khusus penelitian “proses produksi dan pemasaran batik jonegoroan” ini dapat memberikan manfaat sebagaimana berikut:

1. Bagi Mahasiswa / Peneliti

- 1) Penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah dan juga mahasiswa dapat melihat kenyataan dalam kehidupan nyata khususnya yang ada dalam dunia wirauasaha.
- 2) Penelitian ini tentunya berguna bagi penulis sebagai media pengembangan diri.
- 3) Dapat memperluas ilmu pengetahuan baik secara praktik pendidikan ilmu pengetahuan sosial sesuai dengan disiplin ilmu yang telah ditekuni.

2. Bagi Industri Pengrajin Batik Jonegoroan

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan bagi usaha-usaha pengembang industri batik di daerah Sumberejo dalam rangka untuk lebih meningkatkan keberhasilan usahanya dan memperkenalkan batik jonegoroan secara luas.
- 2) Sebagai wacana untuk kedepan lebih baik dan dapat mengoptimalkan produk yang telah dihasilkan guna peningkatan kesejahteraan masyarakat itu sendiri
- 3) Bahan referensi bagi masyarakat yang ingin mengetahui dan mengembangkan proses produksi dan pemasran batik jonegoroan dan usaha sejenis lainnya.

3. Bagi Fakultas / Universitas

- 1) Sebagai bahan informasi bagi pemerhati ilmu pengetahuan sosial terutama bagi para pemegang perusahaan dan businessman serta praktisi dan vicitas akademika pendidikan yang ada pada lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk melengkapi perpustakaan dan sebagai bahan dokumentasi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Sebagai acuan atau bahan dasar bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut
- 2) Untuk memberikan tambahan khususnya dibidang industri, penelitian bagi pihak akademik merupakan hal yang dilakukan karena merupakan kewajiban bagi setiap lembaga perguruan tinggi untuk melaksanakan penelitian sebagai yang tercantum dalam Tri Drama Perguruan Tinggi.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang berjudul *strategi wirausaha dalam meningkatkan volume penjualan* peneliti yang bernama Ila Nur Arofatillah yang dilaksanakan pada tahun 2010 lebih menekankan pada strategi yang digunakan oleh pengusaha dalam meningkatkan penjualan, dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan hasil penelitian strategi wirausaha menggunakan 2 aspek strategi yaitu aspek sumber daya dan aspek pemasaran.

Pada tahun 2010, Krisdiyanti telah melakukan penelitian tentang *keaktifitas dan inovasi wirausaha dalam meningkatkan kinerja perusahaan di tajinan malang*. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan atau observasi partisipatif, wawancara dan dokumentasi, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cv setia tailor dan konveksi setelah menerapkan

kreatifitas dan inovasi dalam berwirausaha, hal ini dapat diketahui dari kinerja setelah menerapkan kreatifitas dan inovasi dalam berwirausaha.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Ucik Sriwahyuni pada tahun 2009 dengan penelitian yang berjudul *Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Sari Buah Apel "Mia" Di Desa Wonoasari Nongkojajar Pasuruan)*. Dengan hasil penelitian telah dipaparkan bahwa usaha kecil tersebut menggunakan strategi pemasaran bauran yaitu product, harga, tempat dan promosi.

Untuk penelitian ini peneliti mencoba menawarkan tentang proses produksi dan pemasaran batik dalam meningkatkan sumber daya manusia dan volume penjualan karena batik Bojonegoro belum begitu terkenal selain itu juga peneliti menginginkan strategi yang sesuai sehingga dapat membuat batik terkenal sebagai icon masyarakat Bojonegoro selain angkleng dharma, ledre dan minyak bumi.

F. Definisi Istilah

Wirausaha adalah kemampuan kreatif, dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru ada dan berbeda melalui kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang menuju sukses. Kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan

untuk menerapkan kreatifitas dalam rangkap, memecahkan masalah, dan menemukan peluang.⁴

Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (Utility) suatu barang dan jasa. Menurut Ahyari (2002) proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Secara definisi, Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.⁵

Volume penjualan adalah banyaknya produksi atau barang yang terjual dalam suatu produksi tertentu dalam jangka waktu tertentu.

G. Ruang Lingkup

Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi :

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah industri batik yang mempunyai nama Marelly Jaya yang memproduksi batik Jenogoroan yang khas Bojonegoro, di sini peneliti ingin mengetahui bagaimana proses produksi batik dan pemasaran

⁴ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses Edisi 3* (Bandung: Salemba Empat, 2006) hlm 2-3

⁵ Philip kotler, *marketing jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1992) hlm.2

batik dengan strategi yang di gunakan oleh pemilik batik dan untuk meningkatkan volume penjualan.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam mempermudah pembahasan penelitaian, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Yaitu meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Yaitu pra-wacana sebelum masuk dalam pembahasan utama. Pembahasannya meliputi pengertian wirausaha, pengertian produksi dan pemasaran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Meliputi pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang hal-hal yang terkait dengan rumusan masalah yaitu meliputi: data- data yang dapat diambil

BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berisi kajian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan penelitian dan kajian teori.

BAB VI :PENUTUP

Berisikan kesimpulan pembahasan serta saran-saran dalam penulisan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Wirausaha

1. Pengertian Wirausaha

Wirausaha bila ditinjau dari etimologi berasal dari kata "wira" dan "usaha" yang berarti berkemauan keras. Jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai berikut: seorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup. Dengan demikian seorang wirausaha dapat di deskripsikan seorang yang mempunyai latar atribut:

- a) Wawasan komersial dan kesadaran akan pasar.
- b) Kemampuan untuk bekerja secara tekun dan mandiri.
- c) Pikiran yang inovatif dan kreatif.
- d) Kemampuan untuk memajemen dan mengarahkan perubahan.
- e) Kapasitas mengorganisasi dan keterampilan analitik.
- f) Stamina daya tahan.
- g) Kemampuan untuk bergaul yang baik dengan orang dari segala tingkatan.

Maka untuk menjadi seorang wirausaha harus melalui proses cara bertahap yaitu dari eksplorasi, konsolidasi, pembaharuan dan

individualisasi, walaupun jalur dan lingkungan yang mungkin tidak sama.

Tahap-tahap tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

- a) Tahap eksplorasi (penjelajahan).
- b) Tahap konsolidasi.
- c) Tahap pembaharuan.
- d) Tahap individualisasi.⁸

Peranan wirausaha adalah untuk meresapi aktifitas usaha dengan semangat kewirausahaan dan mengubah semangat itu menjadi energi untuk terjun ke dalam pembaharuan-pembaharuan.

Wirausaha adalah kemampuan kreatif, dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru ada dan berbeda melalui kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang menuju sukses. Kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangkap, memecahkan masalah, dan menemukan peluang.⁹

Secara sederhana arti wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam

⁸ Tarmudji Tarsis, *Prinsip-Prinsip Wirausaha* (Semarang; Liberty Yogyakarta 1996.), hlm 4-5

⁹ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses Edisi 3* (Bandung: Salemba Empat, 2006) hlm 2-3

berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.¹⁰

Wirausaha adalah menciptakan sesuatu yang diperlukan suatu kreatifitas dan jiwa inovatif yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreatifitas dan jiwa inovatif tentu berfikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru dan lebih baik dari sebelumnya. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreatifitas dan inovasi yang terus menerus untuk menentukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, kemudian dengan kreatifitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberi kontribusi bagi masyarakat banyak.¹¹

2. Pengertian Wirausaha Menurut Para Tokoh

Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli/sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, diantaranya adalah penciptaan organisasi baru (Gartner, 1988), menjalankan kombinasi (kegiatan) yang baru (Schumpeter, 1934), eksplorasi berbagai peluang (Kirzner, 1973), menghadapi ketidakpastian (Knight, 1921), dan mendapatkan secara bersama faktor-faktor produksi (Say, 1803). Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

¹⁰ Kasmir, *kewirausahaan* (jakarta: raja grafindo persada, 2007), hlm 16

¹¹ *Ibid.*, hlm 17 - 18

Richard Cantillon (1775)

Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (self-employment). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian.

Jean Baptista Say (1816)

Seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya.

Frank Knight (1921)

Wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

Joseph Schumpeter (1934)

Wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru.

Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk :

1. Memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru,
2. Memperkenalkan metoda produksi baru,
3. Membuka pasar yang baru (new market),

4. Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau
5. Menjalankan organisasi baru pada suatu industri.

Wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya. Penrose (1963) Kegiatan kewirausahaan mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan.

Harvey Leibenstein (1968, 1979)

Kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

Israel Kirzner (1979)

Wirausahawan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar.

Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio

Kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah

penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian.

Peter F. Drucker

Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahaan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Zimmerer

Kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahan dan atau kombinasi input yang produktif.

Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Wirausahawan adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar

daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru.

1. Wirausaha Menurut Pandangan Islam

Pendapatan riil dalam suatu perusahaan tidak bisa ditentukan walaupun sebagian dalam berwirausaha mengalami peningkatan, percepatannya tidak seimbang atau kalah dengan tuntutan-tuntutan kebutuhan. Kalau kita memasuki dalam teori strategi dalam berwirausaha perlu adanya kesungguhan bagi seorang pengusaha tersebut mulai dari strategi yang sangat simpel namun sulit untuk dilaksanakan yaitu kejujuran, tanggap, cerdas, tawakkal. Landasan ideal untuk penyemangat bagi wirausaha yang selalu berpedoman pada norma-norma agama. Seperti yang terdapat dalam Al- qur'an Sutar Ath-thalaaq ayat 3 yang artinya adalah:

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ

“Dan memberikan rizki dari arah yang tidak disangka-sangkanya.

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ

بَلِّغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣﴾

“Dan barang siapa yang bertawakal pada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluannya). Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang dikehendakinya. Dan sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan-ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.” (Q.S Ath-thalaaq ayat 3)

Dari terjemahan ayat diatas dapat disimpulkan bahwasannya rizki datangnya tidak disangka-sangka dan barang siapa yang bersungguh-sungguh maka Allah SWT akan mencukupi apa yang hambanya butuhkan. Kalaupun kita masuk dalam teori strategi, pada saat ini strategi dalam bidang ekonomi banyak memiliki konsep yang berbeda-beda. Dengan berkembangnya masyarakat kita yang semakin banyak, strategi menyadari bahwa tujuan utama pemasaran bukan lagi sebatas strategi yang berlandaskan norma-norma hukum dan agama tetapi sudah banyak strategi-strategi jitu yang lebih bangak menguntungkan diri sendiri tanpa memikirkan timbal baliknya.

Islam adalah agama yang komprehensif, termasuk aspek bisnis mendapatkan perhatian dalam Al-Qur'an. Agar kita termasuk orang yang "menang" umatnya diperintahkan untuk giat bekerja. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an dalam surat Ash-Shaffat :61

لِمِثْلِ هَذَا فَلْيَعْمَلِ الْعَامِلُونَ ﴿٦١﴾

"Untuk kemenangan serupa ini hendaknya berusaha orang-orang yang bekerja" (Q.S Al-shaffat, :61)"

Yang sangat berhubungan dengan ayat selanjutnya (QS. Ash-shaffat: 62) yang mengilustrasikan kenikmatan jenis makanan surga. Hal ini menggambarkan bekerja tidak saja untuk orientasi jangka pendek, tetapi juga untuk orientasi masa depan. Oleh karena itu, bekerja keras saja

tidak cukup tetapi harus juga bekerja secara cerdas dan strategis “menang” hal ini berkaitan dengan strategis menumbuhkan usahanya dari posisi dasar hingga posisi puncak. Posisi yang disebut terakhir ini merupakan posisi dalam bisnis yang mampu memberikan arus kas atau laba yang positif bagi perusahaan. Ayat berikut ini juga menandakan betapa pentingnya suatu pekerjaan. Allah berfirman dalam Qur’an surat Al-Qashas: 26 yang artinya adalah :

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْتِيَنَّكَ أُسْتَجْرُهُ^ط إِنَّ خَيْرَ مَنْ أُسْتَجْرَتِ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata : ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.”(Q.S Al-Qashas : 26)

Sebagai wirausaha (pelaku bisnis) suatu perusahaan apapun, ia dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya (superior) dapat dipercaya atau jujur, adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh wirausaha muslim. Akuntabilitas suatu perusahaan, akan dapat terjaga apabila didukung oleh karyawan yang gigih, jujur dan amanah.¹²

HR. Imam Ahmad “ sesungguhnya Allah SWT suka kepada hamba yang berkarya dan terampil dan barang siapa yang bersusah payah mencari

¹² Yunus Muh, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif* (Malang : UIN press,2008), Hlm 231-233

nafkah untuk keluarganya maka ia serupa dengan seorang mujaid fii sabilillah”¹³.

Pada hakikatnya Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etik, moral dan spiritual yang berfungsi sebagai pedoman hidup sebagai bidang bagi pemeluknya, tidak terkecuali bidang ekonomi. Banyak sekali ajaran Islam yang agar umatnya mau bekerja keras untuk diri sendiri, berlaku jujur dalam berbisnis, dan mencari usaha dari tangan sendiri untuk berlomba-lomba dalam kebaikan.

Secara normatif, ajaran Islam mendorong umatnya bekerja keras. Beberapa ayat Al-Qur’an dan Hadits yang berubungan dengan etos kerja dapat dijadikan dasar bahwa Islam sangat memperhatikan berwirausaha. Dalam ensiklopedi Al-Qur’an di kemukakan bahwa istilah yang sangat relevan dengan wirausaha istilah itu dalam Al-Qur’an QS An-Nur : 37 yang artinya adalah:

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُ تِجْرَةً وَلَا بَيْعَ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ تَخَافُونَ

يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

“Allah memuji orang yang rajin berniaga tetapi tidak lupa mengingat allah, sholat, zakat, dan yakin terhadap hari akhir” (Q.S An-Nur: 37)

¹³ *ibid.*, hlm 80

dan Hadits nabi yang telah di riwayatkan oleh Imam Ahmad yang artinya adalah:

“Sesungguhnya allah mencintai hambanya yang bekerja. Barang siapa yang bekerka keras mencari nafkah yang halal untuk keluarganya, maka sama dengan orang mujahid di jalan allah”(H.R Imam Ahmad).

Ada dua faktor utama dalam ekonomi umat dalam mengalami perubahan secara mendasar yaitu :

1) Faktor kultural

Bahwa budaya kita yang masih tergolong soft culture. Sifat-sifat kelemahan dan mentalitas mayoritas orang Indonesia masih sulit untuk di hilangkan. Seperti tidak percaya pada diri sendiri, kurang disiplin dan suka mengabaikan tanggung jawab.

2) Faktor struktural

Bahwa perekonomian Indonesia hingga saat ini belum mencerminkan struktur ekonomi yang berkeadilan, sebagaimana yang telah di amanatkan dalam UUD 1945.

Memahami karakter wirausaha dapat juga di lakukan dengan cara memahami makna-makna simbolik yang tersembunyi di balik berbagai tanda dan simbol dalam Al-Qur'an. Simbol-simbol itu di antara lain tercemin dalam juz, halaman, tanda 'ain dan simbol-simbol lainnya. Misalnya memahami karakter juz 27 dalam Al-Qur'an yang

berhubungan dengan karakter seorang wirausaha. Indikasi awal sifat orang yang membawa karakter juz 27 sangat erat kaitannya dengan kegiatan wirausaha. Maknanya memiliki ciri-ciri karakter wirausaha : ulet, tekun dan tidak kenal putus asa dalam berusaha dari pengaruh surat ini pula menyukai sesuatu yang berbau kontroversial. Ada semacam kepuasan tersendiri dalam dirinya jika ia bisa melakukan hal yang revolusioner dan menarik perhatian orang banyak. Berani melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Bahkan yang lebih ekstrim lagi, ia berpotensi untuk merubah secara frontal tatanan yang sudah disepakati bersama dan membuat tatanan baru.¹⁴

Dalam Islam sendiri sudah menjadi kewajibannya manusia untuk selalu berusaha dan berdoa dalam menjalankan kewajiban mencari nafkah (wirausaha) pada jalan agama, mencari nafkah atau berwirausaha dalam jalan agama disini karena berwirausaha itu termasuk dalam kategori orang-orang yang mau bersungguh-sungguh dalam menjalankan hidup. Wirausaha dapat di katakan sebagai orang yang perang melawan persaingan dalam bidang ekonomi dan barang siapa yang yang perang berwirausaha sesuai dengan norma-norma hukum, agama, dan ekonomi maka dia termasuk sebagai wirausaha yang handal dalam menjalankan strategi-strategi dan kebijakan yang telah dilaksanakan dalam bidang ekonomi.

¹⁴Yunus Muh. *Op.cit.*, hlm 11-19

2. Karakteristik Wirausaha

Sikap dan Perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/sukses.

M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer mengemukakan delapan karakteristik yang meliputi:

1. Memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. Lebih memilih risiko yang moderat.
3. Percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil
4. Selalu menghendaki umpan balik yang segera
5. Berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan
6. Memiliki semangat kerja dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
7. Memiliki ketrampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Selalu menilai prestasi dengan uang.

Berpikir Kreatif dalam Kewirausahaan

Menurut Zimmerer (1996) untuk mengembangkan ketrampilan berfikir, seseorang menggunakan otak sebelah kanan. Sedangkan untuk belajar mengembangkan ketrampilan berpikir digunakan otak sebelah kiri, cirri-cirinya:

1. Selalu bertanya : Apa ada cara yang lebih baik?
2. Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan kebiasaan rutin.

3. Mencoba untuk melihat masalah dari perspektif yang berbeda.
4. Menyadari kemungkinan banyak jawaban ketimbang satu jawaban yang benar.
5. Melihat kegagalan dan kesalahan sebagai jalan untuk mencapai sukses.
6. Mengkorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk menghasilkan pemecahan inovasi.
7. Memiliki ketrampilan helicopter yaitu kemampuan untuk bangkit di atas kebiasaan rutin dan melihat permasalahan dari perspektif yang lebih luas kemudian memfokuskannya pada kebutuhan untuk berubah.

B. Pengertian Proses Produksi

1. Teori Produksi

Produksi adalah usaha menciptakan dan meningkatkan kegunaan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Kita ambil contoh sekarang tepung. Tepung merupakan bahan baku yang manfaatnya baru terasa bila telah diubah menjadi roti, usaha pembuatan tepung menjadi roti merupakan kegiatan produksi. Tapi, tidaklah mudah mengubah bahan baku menjadi barang siap konsumsi untuk dapat melakukan kegiatan produksi seorang produsen membutuhkan faktor-faktor produksi.

a. Faktor – Faktor Produksi

Faktor Produksi Asli antara lain sebagai berikut :

1. **Alam**, alam berperan sebagai factor produksi dan berbagai hasila alam dan sumbangnnya bagi produski :
 - a. Tanah, tanah yang bagus untuk ditanami membawa keuntungan yang besar bagi petani. Bagi pengrajin gerabah, tanah yang liat bisa menjadi bahan baku yang untuk pembuatan gerabah.
 - b. Air, Banyak usaha produksi tergantung pada air. Tanpa kesediaan air bersih pabrik pengolahan air minum akan mati. Air laut berguna sebagai bahan pembuatan garam dan banyak lagi kegunaan air yang lain.
 - c. Udara. Kegunaan udara ini sangat banyak disamping untuk yang kita hirup juga berguna sebagai memutar kincir angin, selain itu udara mampu mempengaruhi iklim dan menunjang kesuburan tanah.
 - d. Sinar Matahari, ini sangat berguna bagi kehidupan selain digunakan sebagai pembangkit tenaga listrik dan tenaga surya sinar matahari dapat membantu kesuburan tanah, para petani dan pemilik perkebunan sangat membutuhkannya.
 - e. Tumbuh-tumbuhan. Mulai dari tumbuhan yang ada di belakang rumah hingga yang ada di kebun mempunyai peranan penting bagi produsen.
 - f. Hewan, Bagi petani hewan dapat digunakan sebagai pembajak sawah (sapi, kerbau) atau menarik kendaraan (kuda), dan juga hewan dapat dikonsumsi oleh manusia.

- g. **Barang Tambang.** Berbagai barang tambang berguna sebagai bahan baku produksi, mulai dari minyak sebagai bahan bakar, emas untuk perhiasan dan lain sebagainya.
2. **Tenaga Kerja.** Tanpa adanya tenaga kerja, sumber daya alam yang tersedia tidak akan dapat dirubah menjadi barang hasil produksi.
- a. Tenaga kerja menurut sifat kerja dapat dibagi atas tenaga kerja rohani dan tenaga kerja jasmani. Tenaga kerja rohani merupakan tenaga kerja yang menekankan kemampuan berfikir. Tenaga kerja jasmani merupakan tenaga kerja yang menekankan kemampuan fisik dalam proses produksi.
 - b. Tenaga kerja menurut kualitas dapat dibagi atas : 1). Tenaga kerja tidak terdidik dan terlatih, 2). Terdidik dan terlatih. 3). Terlatih.
 - 1) Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih tidak dibutuhkan pendidikan khusus untuk melakukan pekerjaan ini. Contoh Pesuruh, Pembantu, Kuli dll.
 - 2) Tenaga kerja terdidik dan terlatih, mereka memiliki keahlian dan pendidikan sesuai bidangnya. Semakin ahli semakin mahal harganya dan semakin sulit untuk dicari. Contoh : Pengacara, Dokter dll.

- 3) Tenaga kerja terlatih, mereka memiliki keterampilan di bidangnya, tidak perlu pendidikan tinggi, contoh ; penjahit, pengemudi dll.¹⁵

Proses juga diartikan sebagai cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (Utility) suatu barang dan jasa. Menurut Ahyari (2002) proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Melihat kedua definisi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.

Para ahli ekonomi mendefinisikan produksi sebagai “menghasilkan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan” Atau bila kita artikan secara konvensional, produksi adalah proses menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang ada. Produksi tidak berarti menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, karena tidak seorang pun yang dapat menciptakan benda. Oleh karenanya dalam pengertian ahli ekonomi, yang

¹⁵ Hombar Pakpahan, *proses produksi*, diakses tanggal 24 agustus 2011.

dapat dikerjakan manusia hanyalah membuat barang-barang menjadi berguna, disebut “dihasilkan”. Produksi bisa ditilik dari dua aspek; kajian positif terhadap hukum-hukum benda dan hukum-hukum ekonomi yang menentukan fungsi produksi, dan kajian normatif yang membahas dorongan-dorongan dan tujuan produksi. Pembahasan mengenai nilai, norma, dan etika dalam produksi termasuk kedalam aspek normative yang banyak dikaji oleh para ahli teori social.

Mannan menyatakan bahwa system produksi dalam Islam harus dikendaikan oleh kriteria objektif maupun subjektif; kriteria yang objektif akan tercermin dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi uang, dan kriteria subjektif dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi etika ekonomi yang didasarkan atas perintah-perintah kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah. Jadi dalam Islam, keberhasilan sebuah system ekonomi tidak hanya disandarkan pada segala sesuatu yang bersifat materi saja, tapi bagaimana agar setiap aktifitas ekonomi termasuk produksi, bisa menerapkan nilai-nilai, norma, etika, atau dengan kata lain adalah akhlak yang baik dalam berproduksi. Sehingga tujuan kemaslahatan umum bisa tercapai dengan aktifitas produksi yang sempurna.

Dr. Muhammad Rawwas Qalahji memberikan padangan kata “produksi” dalam bahasa Arab dengan kata al-intaj yang secara harfiyah dimaknai dengan ijadu sil'atin (mewujudkan atau mengadakan sesuatu) atau khidmatu mu'ayyanatin bi istikhdamu muzayyajin min 'anashir al-intaj

dhamina itharu zamanin muhaddadin (pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan pengabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalam waktu yang terbatas). Pandangan Rawwas di atas mewakili beberapa definisi yang ditawarkan oleh pemikir ekonomi lainnya. Hal senada juga diutarakan oleh Dr. Abdurrahman Yusro Ahmad dalam bukunya Muqaddimah fi 'Ilm al-Iqtishad al-Islamiy. Abdurrahman lebih jauh menjelaskan bahwa dalam melakukan proses produksi yang dijadikan ukuran utamanya adalah nilai manfaat (utility) yang diambil dari hasil produksi tersebut. Produksi dalam pandangannya harus mengacu pada nilai utility dan masih dalam bingkai nilai 'halal' serta tidak membahayakan bagi diri seseorang ataupun sekelompok masyarakat. Dalam hal ini, Abdurrahman merefleksi pemikirannya dengan mengacu pada QS. Al-Baqarah [2]: 219 yang menjelaskan tentang pertanyaan dari manfaat memakai (memproduksi) khamr. Lain halnya dengan Taqiyuddin an-Nabhani, dalam mengantarkan pemahaman tentang 'produksi', ia lebih suka memakai kata 'istishna' untuk mengartikan 'produksi' dalam bahasa Arab. An-Nabhani dalam bukunya an-Nidzam al-Iqtishadi fi al-Islam me-mahami produksi itu sebagai sesuatu yang mubah dan jelas berdasarkan as-Sunnah. Sebab, Rasulullah Saw pernah membuat cincin. Diriwayatkan dari Anas yang mengatakan "Nabi Saw telah membuat cincin." (HR. Imam Bukhari). Dari Ibnu Mas'ud: "Bahwa Nabi Saw. telah membuat cincin yang terbuat dari emas." (HR. Imam Bukhari). Beliau juga pernah membuat mimbar. Dari Sahal berkata: "Rasulullah Saw telah mengutus kepada seorang wanita, (kata beliau): Perintahkan anakmu si tukang

kayu itu untuk membuatkan sandaran tempat dudukku, sehingga aku bisa duduk di atasnya.” (HR. Imam Bukhari). Pada masa Rasulullah, orang-orang biasa memproduksi barang, dan beliau pun mendiadakan aktifitas mereka. Sehingga diamnya beliau menunjukkan adanya pengakuan (taqrir) beliau terhadap aktifitas memproduksi mereka. Status (taqrir) dan perbuatan Rasul itu sama dengan sabda beliau, artinya sama merupakan dalil syara’.

C. Pengertian pemasaran

1. pengertian pemasarn

Ada beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah :

- a) Philip Kotler (Marketing) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.¹⁶
- b) Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain
- c) Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan

¹⁶ Philip kotler, *marketing jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1992) hlm.2

keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

- d) Menurut W Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.
- e) pemasaran adalah sekumpulan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dan juga merupakan proses sosial.¹⁷

2. Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.¹⁸

¹⁷ McCatthy- perreault, *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global, Terj., Agus Maulana* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995) Hlm.9

¹⁸ Ciku, *Definisi Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran* ([Http:Www.Yahoo.Com](http://www.yahoo.com), Diakses 7 Agustus 2011)

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kotler yang di terjemahkan Hendra mendefinisikan pemasaran adalah: “Suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok untuk mendapatkan sesuatu yang mereka butuh dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”. Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan Ancellawati pemasaran adalah: “Fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan (costumer), menentukan pasar sasaran yang paling dapat dilayani dengan baik oleh perusahaan, dan merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut”.¹⁹

Sedangkan menurut Swastha pengertian pemasaran adalah sebagai berikut:

“Pemasaran adalah keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.²⁰

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan, juga mencakup barang, jasa serta gagasan.

¹⁹ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran* (New Jersey.,Pt.Indeks, 2007),hlm 9-10

²⁰ Swatha DH, Basu dan Irawan,Op.cit.,hlm 10

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang dan jasa ideal, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Sistem pemasaran yang sederhana antara satu organisasi yang melayani satu pasar yang tunggal tanpa perantara, dan tanpa melibatkan pihak-pihak lain. Terdapat 3 jalur dalam pemasaran sederhana yaitu :

- a. Perusahaan memberi barang dan jasa ke pasar.
- b. Komunikasi ke pasar.
- c. Pasar memberi uang ke perusahaan.

3. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (organizing) penggerakan (Actuating) dan pengawasan.

Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan

pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

Pemasaran adalah suatu sosial dan manajerial yang mana di dalamnya terdapat individu dan kelompok untuk mendapatkan apa saja yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. McCarthy mengklasifikasikan alat-alat pemasaran menjadi empat kelompok luas yang di sebut 4P dalam pemasaran.²¹ Adapun 4P tersebut adalah:

1. Produk (product)

Basu Swartha dan Irawan, mengatakan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks, baik dapat di raba maupun tidak dapat diraba, termasuk pembungkus, warna, harga, prestasi perusahaan, dan pengecer yang di terima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.²²

Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhannya dan memberikan kepuasan.²³

Di lihat dari sisi wujud dan kekonkritan produk dapat di golongkan menjadi dua macam yaitu:

²¹ Kotler Philip, Op. cit., hlm 9

²² Swatha DH, Basu dan Irawan *Manajemen Pemasaran Modern* (yogyakarta; Fakultas Ekonomi Gajah Mada, 1990)., hlm 8

²³ Sofyan, Assauri. *Manajemen Pemasaran (dalam konsep dan strategi* (Jakarta, Rajawali Grafindo) hlm.182

a) Produk yang berwujud (barang)

Produk yang berwujud di sebut juga barang, secara fisik produk dapatdi lihat dengan mata atau dapat di raba wujudnya sebagai alat pemuas kebutuhan.

b) Barang yang tidak berjuwud (jasa)

Produk yang tidak berwujud di sebut juga jasa, yaitu kegiatan, manfaat atau keputusan yang di tawarkan untuk di jual. Jasa di katakan sebagai produk yang tidak berwujud karena secara fisik tidak dapat di lihat atau di raba, konsumen dapat merasakan manfaat jasa satu di bandingkan jasa lainnya, namun konsumen tidak dapat mendeskripsikan bagaimana wujud secara jelas dan konkrit.

2. Harga (price)

Laku tidaknya suatu produk salah satu penunjangnya adalah di lihat dengan kebijakan harga. Menurut Swastha harga dapat di definisikan sebagai jumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.²⁴ Sebagaimana menurut Bayu Swastha dalam buku *pemasaran dan jasa*, harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sebuah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.²⁵

²⁴ Swasta DH dan irawan.*loct cit.*,hlm 215

²⁵ E. Catur Rismiati – Ig. Bomdan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta;Kanisius, 2006), hlm.215

Harga adalah nilai suatu barang dan jasa yang ditukar dengan sejumlah uang. Berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang di miliki kepada pihak lain. Di dalam perusahaan, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan suatu perusahaan. Keputusan tentang harga tidak pernah boleh di lakukan secara kebetulan. Pada produk yang umum, penurunan harga dapat menaikkan penjualan, sedangkan pada produk yang membawa citra bergensi, kenaikan harga akan menaikkan penjualan karena produk dengan harga tinggi akan menunjukkan prestasi seseorang.

3. Promosi (promotion)

Promosi adalah kegiatan yang di lakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran. Promosi merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kotler mengemukakan bahwa bauran komunikasi pemasaran terdiri dari lima cara komunikasi utama, yaitu:

- a) Periklanan (advertising).
- b) Promosi penjualan (sales promotion).

- c) Hubungan masyarakat (public relation).
- d) Penjualan secara pribadi (personal selling).
- e) Pemasaran langsung (direct marketing).²⁶

4. Saluran distribusi / tempat (place)

Dalam kombinasi bauran pemasaran yang mencakup empat komponen pemasaran salah satunya adalah unsur tempat atau dalam beberapa buku banyak disebutkan sebagai aspek distribusi. Hurriyati menjelaskan untuk produk industri manufaktur place diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produksi jasa place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.²⁷

Saluran distribusi sebagai perangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) pemindahan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir. Place diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produksi jasa place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Tempat (place) mencerminkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen sasaran. Sebagian dari tugas distribusi adalah yang secara fisik menangani dan mengangkat produk melalui saluran tersebut, maksudnya agar produk dapat mencapai pasar yang dituju tepat pada waktunya.

²⁶ Kotler Philip, Op. cit., hlm 179

²⁷ Ratih hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (bandung: Alfabeta.2005), hlm, 55

D. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang di tawarkan. Dalam melakukan penjualannya, penjual di tuntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Ada definisi lain tentang penjualan yang di kemukakan oleh William G Nickels²⁸ yang menyebutnya dengan penjualan tatap muka (personal selling) adalah interaksi antara individu, saling bertemu muka yang di tujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain, jadi penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individual yang dapat di lakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang.

Dalam hal ini penjualan di kelompokkan dalam 5 bagian yaitu :

²⁸ Swatha DH, Basu. *manajemen penjualan edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 1998), hlm 10

- a) Trade selling yaitu penjualan melalui penyalur, penyalur adalah penjual terakhir yang melibatkan agen-agen tertentu dalam penjualannya.
- b) Missionary selling penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan, jadi penjual sendiri tidak menjual secara langsung produk yang ditawarkan.
- c) Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya, hal ini penjual adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli serta menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.
- d) New business selling berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan Asuransi.
- e) Responsive selling setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah route driving dan retailing jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus kepada pembeli ulang.

Jenis-jenis wiraniaga dapat di golongan ke dalam kategori-kategori penjualan yang tidak kentara. Pada umumnya orang yang langsung mendatangi atau berhubungan dengan pembeli dan menawarkan suatu barang atau jasa adalah penjual, namun berdasarkan tugas penjualan yang di lakukan ada 3 macam yaitu:

- a) Merchandising salesman tidak hanya menjual saja tetapi juga membantu penyaluran dalam mempromosikan penjualan produknya, ia bertanggung jawab pula atas persediaan barang dan membantu dengan periklanannya.
- b) Detail man adalah tidak melakukan penjualan secara langsung seperti memperkenalkan produknya dan membujuk agar pembeli menggunakan produknya.
- c) Sales engineer adalah penjualan yang juga dapat memberikan latihan atau demonstrasi secara teknis tentang barang-barang yang dijual, biasanya barang-barang yang dijual adalah barang-barang industri.
- d) Pioneer product salesman mempunyai tugas pokok untuk membuka daerah baru atau segmen pasar yang baru bagi produk barunya.

2. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan terdiri dari dua kata, yaitu volume dan penjualan. Volume adalah besarnya, banyak, sedangkan penjualan

adalah suatu usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama. Pendapat Supranto mengatakan bahwa penjualan adalah jumlah total barang atau type barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.²⁹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah banyaknya produksi atau barang yang terjual dalam suatu produksi tertentu dalam jangka waktu tertentu.

Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu aktifitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai perusahaan yang bersangkutan dari suatu periode berikutnya. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula. Hal tersebut menunjukkan kepada kita bahwa setiap perusahaan dituntut untuk bisa meningkatkan volume penjualan seoptimal mungkin, dalam rangka mencari keuntungan yang tinggi, keuntungan yang tinggi ini umumnya selalu didambakan oleh setiap perusahaan. Hal ini serupa dikemukakan oleh Swastha, sebagai berikut: bahwa penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.³⁰

²⁹ J Supranto. *Teknik Riset Pemasaran Dan Ramalan Penjualan*. (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2001), hlm 8

³⁰ Swatha DH Basu. *asas-asas marketing* (Yogyakarta: Liberty, 1984), hlm 9-17

Ini berarti sukses tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan ditentukan oleh keberhasilan perusahaan itu sendiri dalam meningkatkan volume penjualannya, untuk itu berlaku hukum timbal balik, yaitu jika volume penjualannya tinggi menunjukkan laba yang tinggi, dan sebaliknya jika volume penjualannya rendah maka biasanya laba yang ada juga rendah, bahkan tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut mengarami deficit (rugi).

Dari uraian tersebut, pernyataan yang muncul adalah apa sebenarnya volume perusahaan. Sedangkan Swatha mengartikan sebagai berikut: penjualan adalah suatu bagian promosi dan promosi adalah bagian dari program pemasaran secara keseluruhan.

Penjualan adalah bagian banyak orang menjual memberikan kesan pengoperan hak milik. Dalam usaha perniagaan penjualan berarti transaksi-transaksi yang meliputi pengiriman barang untuk ditukar dengan kas, janji-janji untuk membayarnya.

E. Pengertian Batik

1. Pengertian batik

Batik (atau kataBatik) berasal dari bahasa Jawa "amba" yang berarti menulis dan "nitik". Batik adalah seni melukis dilakukan diatas kain dengan menggunakan lilin atau malam sebagai pelindung untuk mendapatkan ragam hias diatas kain tersebut.³¹

³¹ <http://www.scribd.com/doc/16690046/Pengertian-Batik>. diakses 20 juni 2011 jam 18:47

Batik adalah salah satu cara pembuatan bahan pakaian. Selain itu batik bisa mengacu pada dua hal. Yang pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain. Dalam literatur internasional, teknik ini dikenal sebagai *wax-resist dyeing*. Pengertian kedua adalah kain atau busana yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk penggunaan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan. Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober, 2009

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan pendekatan ini peneliti berusaha mendeskripsikan proses produksi dan pemasaran batik jonegoroan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono yang menyatakan bahwa penelitian yang di lakukan pada kondisi yang alamiah sejalan dengan pendapat tersebut.³² Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara terperinci fenomena tertentu.

Penelitian ini dikatakan kualitatif karena pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan atau menerangkan keadaan atau fenomena di lapangan berdasarkan data yang telah terkumpul yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahannya yang di ajukan untuk memperoleh kebenaran dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.

Peneliti mengupayakan dengan menggambarkan data dari hasil observasi tentang hal tingkah laku manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya dengan seteliti mungkin. Seperti yang didefinisikan oleh Kirk dan Miller, bahwa penelitian kualitatif adalah kebiasaan (tradisi) tertentu

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung:Alfabet,2009), hlm 9.

dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.³³

Kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis, yaitu apa yang dinyatakan secara tertulis atau lisan dan juga perilaku yang nyata, diteliti, dan dipelajari sebagai suasana yang utuh, jadi penelitian ini tergolong jenis penelitian studi kasus tentang ekonomi kewirausahaan proses produksi dan pemasaran batik jonegoroan di Marely Jaya Bojonegoro. Dengan pendekatan kualitatif studi kasusnya mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studinya.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menakanankan pada quality atau hal yang terpenting dari suatu sifat suatu barang yang /jasa.³⁴ Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.³⁵ Di sini peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus yang menggambarkan proses produksi dan pemasaran batik Bojonegoroan.

³³ Moleong, Lexy, J. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2002), Hlm 3

³⁴ Djam'an satori, Aan Komariyah, *metodologi penelitian kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 22

³⁵ *Ibid.*, hlm. 25

B. Kehadiran Peneliti

Dalam kualitatif instrumen atau alat penelitian peneliti sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen yang selanjutnya terjun langsung ke lapangan.³⁶

Peneliti kualitatif sebagai human instrumen, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.³⁷

Menurut Lincoln dan Guba bahwa manusia sebagai instrument pengumpulan data memberikan keuntungan, dimana ia dapat bersikap fleksibel dan adaptif, serta dapat menggunakan keseluruhan alat indera yang di miliki.³⁸

Gambaran yang relevan mengatakan bahwa karakteristik manusia sebagai instrument penelitian kualitatif memiliki ciri sebagai berikut :

- a. Responsive
- b. Dapat menyesuaikan diri
- c. Menekankan keutuhan
- d. Mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan
- e. Memproses data secara secepatnya
- f. Memanfaatkan kesempatan untuk klarifikasi dan mngikhtisarkan

³⁶Sugiyono, *loc. Cit.*, hlm.22

³⁷*Ibid.*, hlm.222

³⁸Djam'an, *loc. Cit* hlm. 62

- g. Mencari kesempatan untuk mencari informasi yang tidak lazim dan idionsinkratik.³⁹

C. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di daerah Bojonegoro tepatnya di Sumberejo kabupaten Bojonegoro. Disini terdapat tempat yang sesuai dengan kriteria yang di butuhkan yaitu:

1. Ada pengrajin batik.
2. Ada pemilik batik.
3. Ada tempat yang mudah di jangkau.
4. Merupakan salah satu tempat pengrajin batik.

D. Data dan Sumber data

Data adalah keterangan atau suatu bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian (analisis atau kesimpulan); untuk itu jenis data harus diungkap dalam bagian ini. Data yang dikumpulkan dapat berupa data primer yakni data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari informasi yang sudah dibentuk oleh orang lain.⁴⁰

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Menurut Lofland dalam bukunya Lexy J. Moleong, “sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan

³⁹ *Ibid.*, hlm. 66

⁴⁰ Wahid Murni, *Cara Mudah Menulis Proposal Dan Laporan Penelitian Lapangan* (Malang:UM Press, 2008), hlm 41

tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain”⁴¹

Sumber data yang akan dijadikan peneliti dalam penelitian adalah orang-orang yang menjadi pelaku langsung dalam batik Jenogoroan. Klasifikasi sumber data yang akan dijadikan informan awal adalah

1. Pemilik
2. Asal usul berdirinya batik

Dari klasifikasi data sumber maka peneliti menggunakan non probability sampling, non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota yang populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁴² Peneliti menggunakan purposive sampling dan snow balling sampling. Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴³

E. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data disini peneliti akan menggunakan dengan teknik observasi partisipatif pasif, wawancara dan dokumentasi. Observasi partisipatif pasif adalah peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat langsung.⁴⁴ Karena disini peneliti ingin mengetahui hal-hal yang terdapat pada batik Jenogoroan yang

⁴¹ Lexy J. Moleong, 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi.* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya). hlm, hlm 157

⁴² Sugiyono., *loc. Cit.* hlm. 218

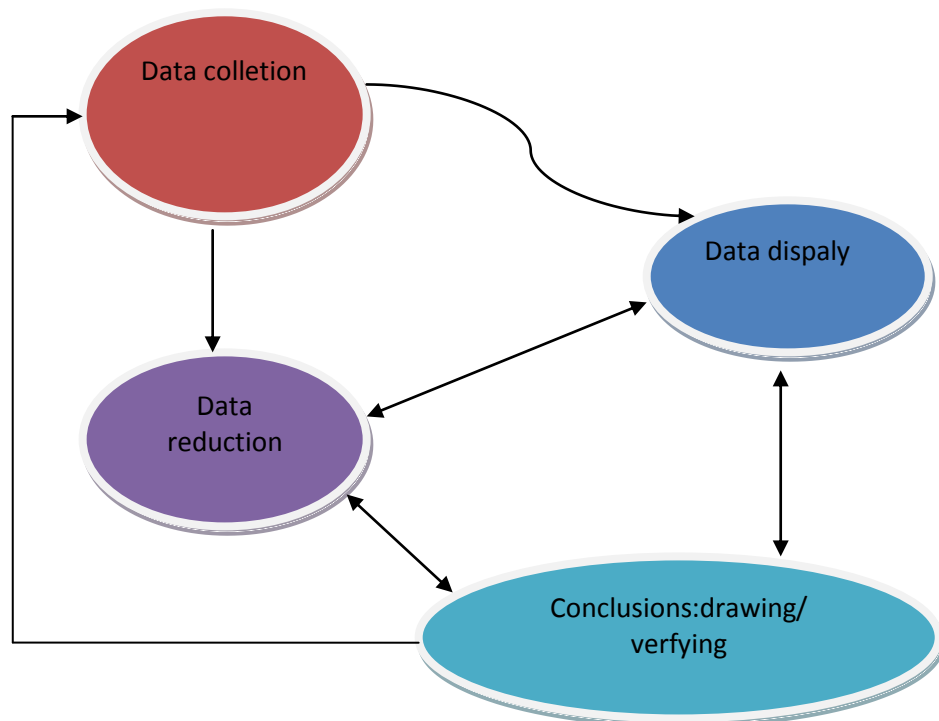
⁴³ *Ibid.*, hlm 219

⁴⁴ Sugiyono., *loc. Cit.* hlm 227

meliputi proses produksinya dan pemasaran batik. Wawancara semi terstruktur di gunakan sebagai teknik pengumpulan data, karena menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang wawancara di minta ide dan pendapatnya.⁴⁵

F. Analisis data

Peneliti akan menggunakan teknis analisis data selama dilapangan menggunakan model Miles And Huberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁴⁶



Gambar 3.1 komponen dalam analisis data model miles dan huberman

⁴⁵ *Ibid.*, hlm 223

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 246

Langkah – langkah yang di lakukan dalam penelitian kualitatif antara lain :

1. Tahap pengumpulan data yaitu proses memasuki lingkungan penelitian dan melakukan pengumpulan data penelitian.
2. Tahap reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengaabstrakan, dan transformasi data kasar yang di muncul dari catatan tertulis dari lapangan.
3. Tahap penyajian data yaitu penyajian informasi untuk memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
4. Penarikan kesimpulan yaitu penarikan kesimpulan dari data yang di analisis.⁴⁷

G. Pengecekan keabsahan temuan

Menurut Moleong yang dimaksud dengan keabsahan data adalah bahwa setiap keadaan harus memenuhi tiga hal, diantaranya:⁴⁸

1. Mendemonstrasikan nilai yang benar.
2. Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan, dan
3. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari produsernya dan kenetralan dari temuan dan keputusan- keputusannya.

Suatu studi tidak akan valid jika tidak reliabel, maka penelitian kualitatif tidak akan bisa transferabel jika tidak kredibel, dan tidak akan kredibel jika tidak memenuhi kebergantungan. Perlu kiranya dilakukan

⁴⁷ Djam'an Satori Dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2010) Hlm. 39

⁴⁸ Lexy J. Moleong, op.cit., hlm 320-321

teknik tersebut sebagai bahan perbandingan. Teknik yang digunakan untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini yaitu:

a. Perpanjangan keikutsertaan

Dilakukan dengan memperpanjang waktu penelitian, penelitian dilakukan pada 3 November 2011, kemudian dilakukan perpanjangan penelitian pada 9 maret 2012. Dengan memperpanjang keikutsertaan dalam penelitian akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan karena perpanjangan keikutsertaan, peneliti akan banyak mempelajari dan mengkaji ketidak benaran informasi.

b. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan bertujuan untuk memenuhi kedalaman data. Ini berarti dalam penelitian hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁴⁹

Pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber di luar data Pengecekan keabsahan temuan peneliti akan

⁴⁹ *Ibid.*, hlm 330

menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik yaitu dengan cara pengecekan data dengan teknik wawancara.

H. Tahap- Tahap Penelitian

Tahap- tahap penelitian menguraikan proses dimana penelitian melakukan penelitian yang berawal dari lokasi penelitian di Sumberejo kemudian mengambil data dari berbagai sumber salah satunya internet, selanjutnya peneliti mendatang tempat proses pembuatan batik.

Tahapan yang dilakukan peneliti yaitu bogdan menyajikan tiga tahapan yaitu:

a. Pra lapangan

Peneliti menentukan fokus penelitian menyusun teori yang mendukung dan konsultasi pada dosen pembimbing.

b. Lapangan

Peneliti memasuki lapangan guna observasi lebih lanjut untuk mengetahui proses produksi dan pemasaran batik untuk meningkatkan penjualan.

c. Analisis intensif

Setelah memasuki lapangan peneliti menganalisis data yang telah di peroleh.⁵⁰

⁵⁰ *Ibid.*, hlm 80

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Lokasi Marely Jaya

Toko Marely Jaya beralamat di Jl Raya Prayungan, Sumberrejo Bojonegoro Jawa Timur, tepatnya di samping jalan sehingga memudahkan pelanggan untuk mengunjungi toko tersebut.

B. Profil

Berawal dari mengajar kesenian ibu Rahayu kemudian mendirikan toko yang awalnya hanya menerima pesanan saja setelah mengikuti pelatihan selama dua bulan di Jogjakarta dan Solo kemudian dikembangkan pada untuk mendirikan wirausaha selain mengajar pada tanggal 26 desember 2009 dengan pesanan pertama 70 batik jonegoroan dengan jumlah karyawan tetap 20 orang. Kemudian beliau mengikuti pameran dan dengan kerjasama dengan pemerintah Bojonegoro akhirnya batik tersebut berkembang secara pesat.

Toko Batik Marely Jaya merupakan toko batik yang memproduksi batik asli Bojonegoro yang dikenal dengan nama Batik Jenegoroan. Batik Jenegoroan mempunyai motif yang unik yang membedakan dengan corak atau motif batik lainnya di Indonesia, yang beralamatkan di Jl Raya Prayungan, Sumberrejo Bojonegoro Jawa Timur, yang terletak di samping jalan sehingga memudahkan masyarakat mengetahuinya, Pemilik Toko Batik Marely Jaya bernama Ibu Pudji Rahayu, selain berwirausaha beliau juga bekerja sebagai guru di SMAN 1 Sumberejo Bojonegoro. Di toko Marely Jaya menyediakan kain batik motif asli

Jenegoroan dan tersedia juga kain batik dengan bermacam macam bahan kain dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, tetap terjangkau konsumen serta terjaga kualitasnya. Toko ini selalu menjaga mutu dan kualitas kain batik kami dan melakukan kontrol yang ketat terhadap barang yang diproduksi. Toko ini berada tepat disamping jalan raya yang memudahkan masyarakat dari pelbagai penjuru yang singgah disini.

C. Paparan Data Hasil Penelitian

1. Proses Produksi

Berbekal pelatihan selama 2 bulan di Jogjakarta dan Solo ibu Rahayu yang biasanya di panggil bu Yayuk, mampu mendirikan usaha batik jonegoroan yang di kemudian di beri nama MARRELLY JAYA yang berdiri pada akhir 2009 dan bekerjasama dengan pemerintah setempat guna mempromosikan batik khas Bojonegoro seperti yang di tuturkan ibu Rahayu yang biasa di panggil bu Yayuk :

Marely Jaya ini berdiri pada tahun 2009 mbak tepatnya tanggal 26 desember setelah saya mengikuti pelatihan di Jogjakarta dan Solo selama 2 bulan saya mempunyai tekad untuk mendirikan usaha batik Bojonegoro agar batik Bojonegoro lebih dikenal masyarakat dengan bantuan pemerintah setempat akhirnya berdirilah Marely Jaya ini mbak.⁵¹

Dengan berdirinya Marely Jaya berarti ikut melestarikan budaya Indonesia yaitu batik yang biasa disebut batik Bojonegoroan. Pemasaran

⁵¹ Hasil wawancara dengan pemilik usaha batik marelly jaya ibu rahayu pada tanggal 25 september 2011

batik sekarang hingga diluar daerah Bojonegoro. Batik Jenogoran yang diproduksi oleh Marely Jaya mempunyai 3 jenis batik antara lain :

- a) Batik tulis
- b) Batik semi tulis
- c) Batik cap

Sebagaimana penjelasan dari pemilik batik ibu Rahayu :

Disini kami memproduksi 3 macam batik Jonegoroan antara lain batik tulis, batik semi tulis dan batik cap, dan mempunyai Sembilan motif dasar mbak silahkan macam- macamnya sampean lihat di website kami.⁵²

Proses produksi dalam pembuatan batik Jonegoroan yang dibutuhkan meliputi input, proses membatik dan produk.

1) **Input**

Proses pembuatan batik jenogoroan bahan- bahan yang di butuhkan di pesan dari Solo dan Jogjakarta selain itu juga jumlah bahan kadang tergantung pesanan. Seperti penuturan pemilik batik jenogoroan :

Bahan- bahan batik ini saya dapat dari Solo dan Jogjakarta mbak, mulai dari kain hingga pewarna batik”⁵³

Dari hasil wawancara peneliti mendapatkan informasi bahwa bahan- bahan batik jonegoroan dari mulai kain hingga yang lain yang berkaitan dengan batik di dapat dari Solo dan Jogja.

⁵² Hasil wawancara dengan ibu rahayu pada tanggal 16 oktober 2011

⁵³ Hasil wawancara dengan ibu rahayu pada tanggal 25 oktober 2011

a. Kain

Membuat Batik Tulis bahan- bahan ynag digunakan kain putih putih ini kita sebut “White Cambric”. Jadi khusus / special kain tersebut untuk batik. Sebelum kain ini di batik, kita cuci terlebih dahulu, dan kalau akan di batik dengan menggunakan warna harus di “ketel” atau di “loyor” dengan direbus terlebih dahulu. Dan mencucinya tidak boleh menggunakan sabun, maksud dari pencucian tersebut ialah untuk menghilangkan kanji pabrik dan lemak. Setelah itu dari penuturan ibu Yayuk :

Kain putih didesain terlebih dahulu mbak kemudian di canting dan di warna, setelah itu di lorot(dihilangkan malamnya) dengan cara merebus, kemudian dijemur dan pelipatan.”⁵⁴

Berdasarkan wawancara dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa kain di desan terlebih dahulu senada dengan penuturan pemilik batik cara membatik seperti berikut:

Malam dimasukkan dalam wajan, dipanaskan sampai cair, canting klowongan dimasukkan dalam malam yang panas, kita ambil sedikit, baru kita mulai membatik pada kain putih tersebut. Cara menggambar di atas kain (membatiknya) harus terlihat dari belakang, agar kelihatan di batik dibaliknya (di terusi) dan tidak mudah hilang, kalau nantinya diberi warna.⁵⁵

Hasil wawancara yang peneliti dapat bahwa dalam membuat batik tulis membutuhkan kain putih untuk dasar membuat batik Jonegoroan. Agar mendapatkan hasil yang baik maka membatik

⁵⁴ Hasil wawancara dengan pemilik batik tgl 8 januari 2012

⁵⁵ Hasil wawancara dengan pemilik batik tgl 8 januari 2012

harus dengan warna pengunci agar tidak mudah luntur senada dengan penuturan ibu Rahayu :

Untuk hasil yang baik dan warna tidak mudah pudar maka harus menggunakan warna pengunci mbak.⁵⁶

b. Tenaga Kerja

Marely Jaya memiliki tenaga kerja yang berjumlah 20 orang dengan jam kerja yang berbeda seperti penuturan ibu Yayuk :

Di sini kami memiliki 20 karyawan tetap dengan jam yang berbeda mbak.⁵⁷

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan selama dua hari karyawan yang datang berjumlah 20 orang namun tidak semua hadir hanya beberapa karyawan yang hadir jam kerja mulai dengan jam 7.30 hingga pukul 16.00 dengan jeda istirahat jam 12.30 hingga jam 13.30. senada dengan penuturan mas Aris bahwa :

Kami mulai bekerja pukul 07.30 dan istirahat jam 12.30 ampe jam 13.30 mbak lumayan mbak bisa ishoma, dan kami pulang pukul mbak tapi klo g lembur mbak.⁵⁸

c. Biaya- biaya

Dalam sebuah perusahaan meminimalkan biaya sangatlah penting sedikit biaya yang dikeluarkan maka pendapatan yang di peroleh akan maksimal.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan ibu yayuk pada tanggal 9 maret 2012

⁵⁷ *Ibid.*,

⁵⁸ Hasil wawancara dengan mas aris pada tanggal 8 januari 2012

Biaya tetap yang kami keluarkan perbulan berkisar antara 50.000.000 tergantung pemesanan mbak, alhamdulillah sekarang sudah bertambah banyak.⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang di lakukan oleh peneliti bahwa biaya yang dikeluarkan oleh marely jaya tergantung pemesanan, dengan demikian tidak dapat di pastikan biaya setiap bulannya, biaya yang di kelurkan berkisar antara 50.000.000 sampai dengan 75.000.000.

2) Produk dan Filosofi batik Jonegoroan

Produk yang di hasilkan oleh Marely Jaya antara lain kain batik Jonegoroan di sini memiliki 3 jenis batik antara lain:

- a) Batik cap
- b) Batik tulis
- c) Batik semi tulis

Sama dengan yang di kemukakan ibu Yayuk :

Bahwa kami memnpunyai 3 jenis batik mbak antara lain batik cap, batik tulis dan semi tulis.

Sebagaimana hasil pengamatan peneliti melihat mas aris sedang ngecap batik tersebut dan karyawan yang lain ada yang sedang membatik, mendisain, memanaskan malam mengunci batik dengan merebus, menjemur dan melipat sesuai dengan keahlian masing- masing.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan ibu yayuk pada tanggal 8 januari 2012

Produk yang dihasilkan oleh Marelly Jaya yaitu kain, baju jadi pria dan wanita, tas, sandal mukena, tempat pensil dan sovenir seperti pemaparan beliau:

Disini kami memproduksi kain, baju jadi pria dan wanita, tas sandal, mukena, tempat pensil dan souvenir mbak”⁶⁰

Selain mempunyai 3 jenis batik Marely Jaya mempunyai 9 motif batik yang mempunyai filosofi batik sejalan dengan yang di kemukakan ibu yayuk:

Kami mempunyai 9 motif batik mbak silhkan mbak lihat filosofi batiknya di web marelly jaya aja, kami juga mengembangkan batik ini menjadi beberapa batik mbak.

Selanjutnya batik ini mempunyai Sembilan motif di antaranya yaitu :

a. Pari Sumilak

Kesuburan tanah (warna coklat) di bumi Angling Dharmo, sangat tepat apabila ditanami padi dan dibudidayakan secara maksimal sehingga mampu meningkatkan taraf hidup petani dan masyarakat Bojonegoro. Pari (bhs.jawa) padi, sumilak (bhs jawa) sudah mulai menguning dan siap di panen, sehingga mempunyai makna padi yang sudah siap di panen di seluruh wilayah Bojonegoro. Diharapkan ke depan Bojonegoro menjadi lumbung padi.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan pemilik batik tgl 20 november 2011

b. Sata Ganda Wangi

Sejak dahulu tembakau Bojonegoro sudah dikenal seluruh nusantara sehingga menjadi salah satu produk unggulan lainnya. Unggulan selain kayu jati dan produk unggulan lainnya. Jenis tanaman yang cocok untuk tanaman ini menghasilkan aroma yang khas/harum yang berbeda dengan daerah lain. Sata (bhs jawa) tembakau, ganda (bhs jawa) aroma, wangi (bhs jawa) harum, sehingga bermakna tembakau Bojonegoro memiliki aroma harum. Diharapkan nama Bojonegoro menjadi harum dan terkenal lewat tembakau sebagai salah satu potensinya.

c. Parang Dahana Mungal

Kayangan api adalah salah satu objek wisata andalan di kabupaten Bojonegoro. Merupakan sumber api abadi terbesar di asia tenggara dan pernah menjadi tempat pengambilan api PON XV tahun 2000. Parang (bhs jawa) miring, dahana (bhs jawa) api ,mungal (bhs jawa) menyala / berkobar sepanjang waktu. Simbol masyarakat Bojonegoro yang dinamis, semangat dan mampu memberikan cahaya bagi masyarakat sekitarnya.

d. Jagung Miji Emas

Jagung merupakan tanaman yang merakyat dan tumbuh subur dikabupaten Bojonegoro. Hasil yang melimpah menggambarkan bahwa jagung juga dapat meningkatkan

pendapatan sekaligus sebagai salah satu pengganti makanan pokok beras. Jagung, miji (bhs jawa) berbiji, emas, memiliki makna tanaman jagung di Bojonegoro adalah yang terbaik sehingga dapat meningkatkan nama Bojonegoro dengan hasil panen jagungnya.

e. Mliwis Mukti

Mliwis mukti adalah jelmaan Prabu Angling Dharmo (raja malowopati) yang menurut legenda kerajaannya dianggap pernah ada di wilayah kabupaten Bojonegoro. Mliwis (bhs.jawa) burung belibis jelmaan prabu angling dharmo, Mukti (bhs.jawa) mulia, sehingga bermakna meliwis yang mulia/tinggi, bukan sembarang meliwis, karena jelmaan raja, yang dapat memotivasi masyarakat Bojonegoro untuk bekerja keras, tekun dan ulet dalam berkarya guna mencapai kemakmuran.

f. Gatra Rinonce

Visualisasi perpaduan RIG (alat mengambil minyak) minyak an gas bumi digambarkan sulur dan bunga , dimana satu dan lainnya saling berhubungan dalam satu kesatuan bentuk. Warna hijau dan kuning melambangkan kemakmuran, kemuliaan, dan keindahan. Ga (Gas) Tra (Patra) minyak, Rinonce (bhs.jawa) ditata satu persatu,dirangkai menjadi satu kesatuan yang utuh an indah sehingga bermakna adanya gas an

minyak bumi, apabila dikelola dengan baik dan tetap menjaga keseimbangan dan kelestarian alam dan dimanfaatkan untuk kemaslahatan umat manusia, dapat meningkatkan taraf hidup, harkat dan martabat bangsa Indonesia, khususnya masyarakat Bojonegoro.

g. Rancak Thengul

Wayang thengul merupakan salah satu kesenian tradisional khas yang hidup dan berkembang di Kabupaten Bojonegoro. Berbentuk tiga dimensi, terbuat dari kayu dengan asesoris kain sebagai busananya. Dasar cerita, menak dan panji. Gunung/kalpataru-nya juga berbahan kayu dan bulu burung merak. Rancak Thengul (bhs.jawa) mengandung arti seperangkat Rancak Thengul sebagai warisan kesenian tradisional di Kabupaten Bojonegoro akan selalu terjaga eksistensinya, menjadi ikon Bojonegoro, lebih dikenal dan digemari masyarakat luas dan sekaligus sebagai bentuk pelestarian dan pengembangan salah satu warisan Pusaka Budaya(cultural heritage).

h. Parang Lembu Sekar Rinambat

Sapi yang ditambatkan di kandang berbentuk barisan miring dengan kombinasi warna hitam-putih menggambarkan di masa mendatang Kabupaten Bojonegoro akan menjadi pusat pengembangan peternakan sapi. Parang lembu (bhs.jawa)

deretan sapi yang ditambatkan membentuk barisan miring. Sekar Rambat, (bhs.jawa) bunga yang selalu merambat tanpa batas. Parang lembu sekar rambat bermakna, Kabupaten Bojonegoro dikenal harum karena peternakan sapi sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar sekaligus dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

i. Sekar Jati

Tanaman jati, mulai dari akar, pohon dan daun dapat dimanfaatkan. Kayunya merupakan bahan baku meubelair, kerajinan bubut kayu. Tunggak dan akarnya (gembol) dapat diolah menjadi karya seni yang bernilai tinggi. Sekar (bhs.jawa) bunga, jati (pohon jati) sehingga bermakna tumbuh suburnya pohon jati di Kabupaten Bojonegoro selaras dengan perkembangannya sentra-sentra kerajinan kayu jati (meubel, bubuk kayu, gembol) sebagai roda kemajuan dan kreativitas masyarakat Bojonegoro dalam mengolah dan memanfaatkan tanaman kayu jati agar dapat meningkatkan taraf hidup.

3) Proses Produksi

Membuat batik Jenogoroan hampir sama dengan membuat batik pada umumnya namun, yang berebda hanya kain yang di gunakan seperti penuturan ibu Rahayu:

Membuat batik awalnya dari kain putih dulu mbak nmun sebelum di desaian atau di cap kain itu dicuci dengan cara

di rebus mbak supaya kanji atau malam dari pabrik hilang, setelah di itu baru diteruskan dengan tahap selanjutnya di cap atau di tulis.⁶¹

Selanjutnya dalam membuat batik tulis dan cap alat yang di gunakan berbeda, jika batik tulis di antara alatnya yaitu : Canting, Kompor, Wajan, Minyak tanah, Meja disain, Bak pencelup, Sarung tangan, Penjemuran, Gawangan dan Kursi duduk seperti penuturan ibu Yayuk :

Alat yang digunakan dalam pembuatan batik tulis yaitu Canting, Kompor, Wajan, Minyak tanah, Meja disain, Bak pencelup, Sarung tangan, Penjemuran, Gawangan dan Kursi duduk mbak.⁶²

Sama halnya dengan batik cap batik tulis jenogoroan juga menggunakan alat-alat seperti meja cap, canting cap, kompor dan wajan barikut penuturan ibu Yayuk :

Hampir sama mbak tapi batik cap lebih sedikit alat yang digunakan seperti kompor, meja cap, canting cap dan wajan.⁶³

Proses pembuatan batik tulis berawal dari kain putih, namun sebelum di desain kain putih di cuci terlebih dahulu agar kanji atau lemak pabrik hilang sehingga dapat menghasilkan desain yang bagus, setelah itu di desain di canting setelah di canting kemudian di warna setelah di warna di beri warna pengunci untuk mengunci warna yang pertama selanjutnya di lorot untuk menghilangkan malam dengan cara di rebus, setelah itu di warna lagi jika ingin banyak warna selanjutnya proses penjemuran setelah

⁶¹ *Ibid.*,

⁶² *Ibid.*,

⁶³ *Ibid.*,

kering kemudian dilanjutkan proses pelipatan. Seperti penuturan penuturan

bu Yayuk :

Proses membuat batik tulis pertam menyiapkan kain putih mabk tapi sebelum di desain kain putih itu dicuci dulu agar kanji dan lemak pabrik hilang kemudian di desain setelah itu di canting,kemudian diwarna setelah di warna di beri warna pengunci agar tidak mudah luntur mbak selanjutnya dilorot dengan cara direbus, trus di jemur dan dilipat mbak.⁶⁴

Tidak jauh beda dengan batik tulis batik cap juga seperti rangakain di atas namun hanya mengurangi desain saja senada dengan penuturan ibu

Yayuk:

Prosesnya hampir sama mabk tapi hanya tanpa menggunakan desain awalnya kain putih yang sudah di cuci kemudian di capa setelah di cap di waran dan dikunci dengan warna pengunci selanjutnya di lorot setelah di lorot di jemur dan di lipat.⁶⁵

Hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan bahwa dalam membuat batik tulis dan cap Marely Jaya menggunakan warna pengunci supaya tidak mudah luntur dan dengan langkah seperti di atas.

2. Proses Pemasaran

Proses pemasaran Marely Jaya menggunakan marketing mix yang biasa disebut dengan bauran pemasaran antara lain produk, harga, distribusi dan promosi dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Produk

⁶⁴ *Ibid.*,

⁶⁵ *Ibid.*,

Produk yang dipasarkan oleh “Marrelly Jaya” yaitu kain batik jenogoroan dan baju baik untuk pria maupun wanita selain itu juga souvenir-souvenir yang produksi di Marely Jaya. Sesuai dengan pengamatan yang peneliti lakukan di Marely Jaya terdapat kain batik Jonegoroan.

Produk unggulan dari toko merely jaya yaitu kain batik Jonegoroan yang memiliki 9 motif dasar yang di kembangkan selain itu juga pada warna dan motif yang berbeda dengan toko yang lain. Warna disini dapat di pilih sesuai denga selaera konsumen namun harus memesan terlebih dahulu selain itu juga warna yang di hasilkan tidak mudah pudar karena di beri warna pengunci berikut penuturan ibu Yayuk :

Kami disini memiliki produk unggulan mabk yaitu kain batik jenogoroan yang di minati banyak konsumen, bedanya dengan toko lain disini warnanya bisa memilih sendiri dan tidak mudah pudar.⁶⁶

b. Harga

Harga yang diberikan Marely Jaya tentang kain batik permeter semua tergantung dari pewarnaannya, dan tergantung berapa warna yang di minta dari pemesan. Seperti penuturan ibu Rahayu :

Untuk menentukan harga disini kami mempunyai system tergantung warna dan celupannya mbak, soalnya kalau warnanya banyak kan membutuhkan banyak warna juga untuk menguncinya, selain itu untuk harga kain lihat di web saja mbak ya.⁶⁷

⁶⁶ Hasil wawancara dengan ibu rahyu pada tanggal 8 januari 2012

⁶⁷ Hasil wawancara dengan ibu rahayu pada tanggal 20 november 2011

Berdasarkan wawancara yang di peroleh peneliti bahwa harga batik juga telah di tentukan oleh pemerintah sehingga harga masih kurang terjangkau, selain itu juga tergantung kain dan pencelupan warna yang di gunakan. Selanjutnya harga yang peneliti dapat yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1 harga Batik

Gatra Rinonce Laseman

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 85.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 60.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 35.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 40.000

Dari data dokumentasi dan observasi bahwa harga yang dipasarkan pada kain batik ini berkisar mulai dengan harga 40.000 hingga 125.000 tergantung dengan kain dan pewarnaan kain tersebut.



Tabel 4.2 Harga Batik

Mliwis Mukti tulis warna merah

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 175.000

2	Dobi	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 150.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 125.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 125.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 100.000

Dari hasil dokumentasi dan observasi peneliti menemukan data harga batik Jonegoroan berkisar antara Rp 100.000 hingga Rp 175.000 tergantung kain dan pewarnaannya disini harga batik tulis tergolong mahal apalagi dengan pencelupan warna yang banyak maka harga akan semakin tinggi.



Tabel 4.3 Harga Batik

Parang Dahana Mungal Riningan

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 100.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 65.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 50.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang di lakukan peneliti menemukan data harga batik parang dahan mungal riningan

dengan kain semi tulis berkisar antara harga 50.000 hingga 125.000 tergantung pewarnaannya.

Tabel 4.4 Harga Batik

Batik Sekar Jati

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 100.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 65.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 50.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang di lakukan oleh peneliti mendapatkan harga mulai dengan harga 50.000 sampai harga 125.000 tergantung dengan pewarnaanya.

Tabel 4.5 Harga Batik

Batik Jagung Miji Emas

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 100.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 65.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 50.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang di lakukan oleh peneliti mendapatkan harga batik bermotif seni tulis mulai dengan harga 50.000 sampai harga 125.000 tergantung dengan kain dan pewarnaanya.

Tabel 4.6 harga

Batik Parang Lembu Sekar Rinambat

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 100.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 65.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Ringingan (semi tulis)	Rp 50.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang di lakukan oleh peneliti mendapatkan harga batik dengan motif parang lembu sekar rinambat mulai dengan harga 50.000 sampai harga 125.000 tergantung dengan kain dan pewarnaanya.

Table 4.7 harga

Jagung Miji Emas Kelengan :

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 120.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 75.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 30.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 35.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang di lakukan oleh peneliti mendapatkan harga batik jagung miji emas kelengan mulai dengan harga 35.000 sampai harga 120.000 tergantung dengan pewarnaanya dan kain.

Tabel 4.8 harga

Batik Jagung Miji Emas (riningan)

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 100.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 65.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 50.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan harga batik jagung miji emas dengan jenis pembuatan semi tulis mulai dengan harga 50.000 sampai harga 125.000 tergantung dengan pewarnaanya dan kain.

Tabel 4.9 harga batik

Jagung Sekar Sejagat Colet :

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Batik Cap	Rp 150.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan harag batik jagung sekar sejagat colet dengan harga 150.000 tergantung dengan pewarnaanya, namun baru terdapat jenis kain sutra saja.

Tabel 4.10 harga batik

Jagung Sekar Sejagat (riningan)

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 125.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 100.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 75.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 65.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Riningan (semi tulis)	Rp 50.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan harga batik jagung sekar sejagat dengan jenis pembuatan semi tulis mulai dengan harga 50.000 sampai harga 125.000 tergantung dengan pewarnaannya dan jenis kain.

Tabel 4.11 harga batik

Mliwis Mukti tulis warna merah

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Sutra	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 175.000
2	Dobi	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 150.000
3	Paris	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 125.000
4	Katun	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 125.000
5	Santung	100 cm	115 cm	Batik Tulis	Rp 100.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan harga batik mliwis mukti tulis warna merah dengan jenis pembuatan batik tulis mulai dengan harga 100.000 sampai harga 175.000 tergantung dengan pewarnaannya.

No	Jenis kain	Panjang	Lebar	Proses Pembuatan	Harga
1	Katun			Batik Cap	Rp 200.000

Berdasarkan hasil dokumentasi dan pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa harga untuk batik cap dengan jenis kain katun dengan motif mliwis mukti dengan harga 200.000.

Untuk mensiasati harga yang terlalu tinggi maka merely menggunakan warna dan kain yang berbeda sehingga dapat menurunkan harga seperti penuturan beliau :

Agar harga dapat di jangkau semua kalangan mbak kami disini mensiasati dengan warna dan kain.

c. Lokasi/ distribusi

Marely Jaya berlokasi di jln raya Prayungan, Sumberrejo, Bojonegoro, pemasaran batik Jonegoroan berpusat pada daerah Bojonegoro sehingga warga Bojonegoro mengenal batik yang sekarang mulai digemari dan diketahui keberadaan batik Jonegoroan dan selain daerah Jawa Timur yang kadang setiap ada pameran selalu di ikuti oleh Marely Jaya selain itu juga batik ini dipasarkan di mall yang berada di Surabaya yaitu Surabaya Mall, Puri Matahari dan Gunung Sari, seperti penuturan ibu Rahayu bahwa :

Ya mbak pemasaran ya mulai dari daerah bojonegoro dari sekolah atau toko-toko, dan mall yang ada di Surabaya, selain itu juga pemasaran melalui website jadi sampai luar Jawa mbak.⁶⁸

Berdasarkan wawancara dan observasi yang di lakukan oleh peneliti bahwa dalam distribusi tidak hanya di desa Prayungan, namun juga hingga luar Jawa.

⁶⁸ Hasil wawancara dengan ibu rahayu pada tanggal 20 november 2011

d. Promosi

Promosi ini dengan menggunakan langsung ke konsumen tanpa ada perantara karena selain letaknya yang strategis masyarakat mulai tertarik dengan adanya batik jenogoroan yang dulu masih jarang namun karena saat ini sekolah diharuskan menggunakan batik Bojonegoro untuk seragam sekolah maka di anjurkan oleh pemerintah menggunakan batik lokal saja yaitu batik jenogoran. Promosi yang di lakukan oleh Marely Jaya yaitu dengan promosi langsung ke konsumen tanpa ada perantara selain itu juga dari mulut ke mulut berikut penuturan bu Yayuk :

Promosi kami awalnya dari mulut ke mulut mbak trus setelah itu saya mulai membuka dengan mengikuti pameran, membuka toko dirumah, selanjutnya dengan menggunakan media cetak seperti web dan facebook.⁶⁹

Berdasarkan wawancara dan observasi yang diperoleh peneliti mendapatkan hasil bahwa promosi tidak hanya dari mulut ke mulut melainkan juga lewat media masa, selain itu juga mengikuti pameran.

3. VOLUME PENJUALAN

Dalam sebuah perusahaan yang sangat diperhatikan adalah volume penjualan jika volume penjualan meningkat maka bisa dipastikan bahwa perusahaan dalam keadaan semakin baik, seperti penuturan ibu Rahayu :

Iya mbak setiap tahun meningkat apalagi sekarang mbak lebih rame kerana banyak yang minat dengan batik jonegoroan, alahamdulillah bnyak yang menaruh kepercayaan kepada toko kami.⁷⁰

⁶⁹ Hasil wawancara dengan ibu rahayu pada tanggal 20 november 2011

⁷⁰ Hasil wawancara denga ibu yayuk pada tanggal 9 maret 2012

Dalam 3 tahun ini peningkatan penjualan batik lumayan pesat yang awal buka dulu pemesanan pertama berjumlah hanya 20 potong kemudian meningkat menjadi 50 potong seperti penuturan ibu Rahayu :

Dulu mbak pemesan pertama hanya 20 potong kain tapi selanjutnya Alhamdulillah meningkat.⁷¹

⁷¹ hasil wawancara dengan ibu rahyu pada tanggal 8 januari 2012

BAB V

PEMBAHASAN

A. Proses Produksi

Setelah melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi tentang proses produksi batik jenogoroan peneliti mendapatkan temuna yaitu :

1. Input

Yang di maksud input meliputi

a. Kain

Kain yang digunakan untuk membatik yaitu kain batik, malam dan pewarna diperoleh dari Jogjakarta dan Solo yang biasanya dipesan sebulan sekali jika pesanan lagi banyak maka untuk pemesan bahan- bahan biasanya lebih dari sekali.

b. Tenaga kerja

Marely Jaya di sini memiliki tenaga kerja yang berjumlah 20 orang yang seharian dapat menghasilkan 20 batik tulis dan 50 batik cap. Dengan jam kerja mulai pukul 07.30 WIB sampai pukul 16.00 WIB dengan jeda istirahat jam 12.00 sampai jam 13.30 WIB. Jika terdapat karyawan baru sebelumnya dilakukan pelatihan terlebih agar terdidik dan terlatih sesuai dengan teori agar terampil dan dapat membuat batik lebih baik lagi.

c. Biaya

Yang di maksud biaya yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap dimana peneliti menemukan bahwa biaya tetap yang dikeluarkan oleh marely jaya berkisar antara Rp 50.000.000 sampai dengan Rp 75.000.000 tergantung

banyak tidaknya suatu pesanan. Untuk biaya tidak tetap atau biaya variabelnya Rp 25.000.000.

2. Proses membatik

Hal yang perlu di perhatikan dan sangat penting dalam prose produksi batik adalah menyiapkan alat dan bahan- bahan, yaitu sebagai berikut :

a. Alat untuk batik cap sebagai berikut :

- 1) Meja cap.
- 2) Canting cap.
- 3) Kompor.
- 4) Wajan cap.

b. Alat untuk batik tulis

- 1) Canting cap.
- 2) Kompor.
- 3) Wajan.
- 4) Minyak tanah.
- 5) Meja desain.
- 6) Bak pencelup.
- 7) Sarung tangan.
- 8) Penjemuran.
- 9) Gawangan.
- 10) Kursi duduk.

Setelah menyiapkan semua alat-alat untuk membuat batik Jonegoroan untuk membuat batik yang berjenis cap langkahnya sebagai berikut:

1. Menyiapkan kain putih.
2. Di cap dengan canting cap.
3. Di warna.
4. Di kunci dengan warna pengunci.
5. Di lorot dengan cara di rebus untuk menghilangkan malam.
6. Di jemur.
7. Pelipatan.

Langkah di atas untuk satu kali pewarnaan, sedangkan untuk menambahkan warna maka langkah yang di lakukan dari nomer 3 diulangi lagi. Selanjutnya untuk membuat batik tulis langkah yang dilakukan sebagai berikut :

1. Menyiapkan kain putih.
2. Kemudian didesain
3. Di canting.
4. Di warna.
5. Di kunci dengan warna pengunci.
6. Di lorot.
7. Penjemuran kemudian di lipat.

Seperti batik cap batik tulis pun jika ingin menambah warna diulangi dari nomer 4 hingga akhir.

3. Produk dan filosofi


Di sini marelly mempunyai 3 jenis batik Jonegoroan antara lain sebagai berikut :

- a) Batik cap.
- b) Batik tulis.
- c) Batik semi tulis.

Selain kain batik terdapat juga souvenir, baju wanita, baju pria dan anak-anak, souvenir, tempat pensil, dan sandal.

a. Pari Sumilak

Kesuburan tanah (warna coklat) di bumi Angling Dharmo, sangat tepat apabila ditanami padi dan dibudidayakan secara maksimal sehingga mampu meningkatkan taraf hidup petani dan masyarakat Bojonegoro. Pari (bhs.jawa) padi, sumilak (bhs jawa) sudah mulai menguning dan siap di panen, sehingga mempunyai makna padi yang sudah siap di panen di seluruh wilayah Bojonegoro. Diharapkan ke depan Bojonegoro menjadi lumbung padi. Selain itu juga padi mempunyai nilai jika padi siap panen padi itu semakin merunduk dan menjadikan rendah hati (tawadlu') sehingga diharapkan masyarakat bojonegoro mempunyai sifat yang rendah hati sesuai dengan surat al A'Raaf : 55 yang ber bunyi :


 أَدْعُوا رَبَّكُمْ تَضَرُّعًا وَخُفْيَةً إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Berdoalah kepada Tuhanmu dengan berendah diri dan suara yang lembut. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

b. Sata Ganda Wangi

Sejak dahulu tembakau Bojonegoro sudah dikenal seluruh nusantara sehingga menjadi salah satu produk unggulan lainnya. Unggulan selain kayu jati dan produk unggulan lainnya. Jenis tanaman yang cocok untuk tanaman ini menghasilkan aroma yang khas/harum yang berbeda dengan daerah lain. Sata (bhs jawa) tembakau, ganda (bhs jawa) aroma, wangi (bhs jawa) harum, sehingga bermakna tembakau Bojonegoro memiliki aroma harum. Diharapkan nama Bojonegoro menjadi harum dan terkenal lewat tembakau sebagai salah satu potensinya. Selain mengharumkan agar masyarakat Bojonegoro selalu bisa berfikir atas kekuasaan Allah sesuai dengan surat An- Nahl : 11 :

يُنْبِتُ لَكُمْ بِهِ الزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ إِنَّ فِي

ذَٰلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١١﴾

“Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan.”

c. Parang Dahana Mungal

Kayangan api adalah salah satu objek wisata andalan di kabupaten Bojonegoro. Merupakan sumber api abadi terbesar di asia tenggara dan pernah menjadi tempat pengambilan api PON XV tahun 2000. Parang (bhs jawa) miring, dahana (bhs jawa) api ,mungal (bhs jawa) menyala /

berkobar sepanjang waktu. Simbol masyarakat Bojonegoro yang dinamis, semangat dan mampu memberikan cahaya bagi masyarakat sekitarnya.

d. Jagung Miji Emas

Jagung merupakan tanaman yang merakyat dan tumbuh subur dikabupaten Bojonegoro. Hasil yang melimpah menggambarkan bahwa jagung juga dapat meningkatkan pendapatan sekaligus sebagai salah satu pengganti makanan pokok beras. Jagung, miji (bhs jawa) berbiji, emas, memiliki makna tanaman jagung di Bojonegoro adalah yang terbaik sehingga dapat meningkatkan nama Bojonegoro dengan hasil panen jagungnya. Sesuai dengan surat Al Baqaroh : 261 agar menafkahkan sebagian hartanya di jalan yang benar :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ

سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِعَ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah. adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”

e. Mliwis Mukti

Mliwis mukti adalah jelmaan Prabu Angling Dharmo (raja malowopati) yang menurut legenda kerajaannya dianggap pernah ada di wilayah kabupaten Bojonegoro. Mliwis (bhs.jawa) burung belibis jelmaan

prabu angling dharmo, Mukti (bhs.jawa) mulia, sehingga bermakna meliwis yang mulia/tinggi, bukan sembarang meliwis, karena jelmaan raja, yang dapat memotivasi masyarakat Bojonegoro untuk bekerja keras, tekun dan ulet dalam berkarya guna mencapai kemakmuran.

f. Gatra Rinonce

Visualisasi perpaduan RIG (alat mengambil minyak) minyak an gas bumi digambarkan sulur dan bunga , dimana satu dan lainnya saling berhubungan dalam satu kesatuan bentuk. Warna hijau dan kuning melambangkan kemakmuran, kemuliaan, dan keindahan. Ga (Gas) Tra (Patra) minyak, Rinonce (bhs.jawa) ditata satu persatu,dirangkai menjadi satu kesatuan yang utuh an indah sehingga bermakna adanya gas an minyak bumi, apabila dikelola dengan baik dan tetap menjaga keseimbangan dan kelestarian alam dan dimanfaatkan untuk kemaslahatan umat manusia, dapat meningkatkan taraf hidup, harkat dan martabat bangsa indonesia, khususnya masyarakat Bojonegoro.

g. Rancak Thengul

Wayang thengul merupakan salah satu kesenian tradisional khas yang hidup dan berkembang di Kabupaten Bojonegoro. Berbentuk tiga dimensi, terbuat dari kayu dengan asesoris kain sebagai busananya. Dasar cerita, menak dan panji. Gunungan/kalpataru-nya juga berbahan kayu dan bulu burung merak. Rancak Thengul (bhs.jawa) mengandung arti seperangkat Rancak Thengul sebagai warisan kesenian tradisional di Kabupaten Bojonegoro akan selalu terjaga eksistensinya, menjadi ikon

Bojonegoro, lebih dikenal dan digemari masyarakat luas dan sekaligus sebagai bentuk pelestarian dan pengembangan salah satu warisan Pusaka Budaya(cultural heritage).

h. Parang Lembu Sekar Rinambat

Sapi yang ditambatkan di kandang berbentuk barisan miring dengan kombinasi warna hitam-putih menggambarkan di masa mendatang Kabupaten Bojonegoro akan menjadi pusat pengembangan peternakan sapi. Parang lembu (bhs.jawa) deretan sapi yang ditambatkan membentuk barisan miring.Sekar Rambat, (bhs.jawa) bunga yang selalu merambat tanpa batas. Parang lembu sekar rambat bermakna, Kabupaten Bojonegoro dikenal harum karena peternakan sapi sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar sekaligus dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sesuai dengan surat al m'min ayat 79.

اللَّهُ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَنْعَامَ لِتَرْكَبُوا مِنْهَا وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ ﴿٧٩﴾

“Allahlah yang menjadikan binatang ternak untuk kamu, sebagiannya untuk kamu kendarai dan sebagiannya untuk kamu makan.”(Al Mu'min :79)

i. Sekar Jati

Tanaman jati, mulai dari akar, pohon dan daun dapat dimanfaatkan. Kayunya merupakan bahan baku meubelair, kerajinan bubut kayu. Tunggak dan akarnya (gembol) dapat diolah menjadi karya seni yang bernilai tinggi. Sekar (bhs.jawa) bunga, jati (pohon jati) sehingga bermakna tumbuh suburnya pohon jati di Kabupaten Bojonegoro selaras

dengan perkembangannya sentra-sentra kerajinan kayu jati (meubel, bubuk kayu, gembol) sebagai roda kemajuan dan kreativitas masyarakat Bojonegoro dalam mengolah dan memanfaatkan tanaman kayu jati agar dapat meningkatkan taraf hidup. Sesuai dengan surat Al Anam 99 :

وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ نَبَاتَ كُلِّ شَيْءٍ فَأَخْرَجْنَا مِنْهُ

خَضِرًا يُخْرَجُ مِنْهُ حَبًّا مُتَرَاكِبًا وَمِنَ النَّخْلِ مِنَ النَّخْلِ قِنَوانٌ دَانِيَةٌ وَجَنَّتِ مِنْ

أَعْنَابٍ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُشْتَبِهًا وَغَيْرَ مُتَشَبِهٍ أَنْظُرُوا إِلَى ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ

وَيَنْعِهِ إِنَّ فِي ذَٰلِكُمْ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ ﴿٩٩﴾

“Dan Dialah yang menurunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkan dengan air itu segala macam tumbuh-tumbuhan Maka Kami keluarkan dari tumbuh-tumbuhan itu tanaman yang menghijau. Kami keluarkan dari tanaman yang menghijau itu butir yang banyak; dan dari mayang korma mengurai tangkai-tangkai yang menjulai, dan kebun-kebun anggur, dan (kami keluarkan pula) zaitun dan delima yang serupa dan yang tidak serupa. perhatikanlah buahnya di waktu pohonnya berbuah dan (perhatikan pulalah) kematangannya. Sesungguhnya pada yang demikian itu ada tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang beriman.

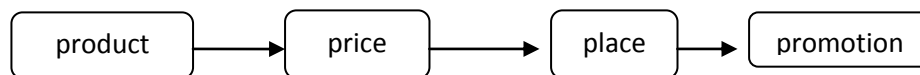
Bahwa proses produksi ini sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Ahyari (2002) dengan teori proses produksi adalah suatu cara, metode

ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Melihat data dan teori yang di peroleh peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses produksi batik jonegoroan yang di produksi di marely jaya bhwa proses produksi adalah kegiatan menggunakan factor produksi yang ada sehingga dapat memenuhi kebutahn manusia dan menghasilkan laba.

B. STRATEGI PEMASARAN

Yang di maksud pemasaran di sini oleh peneliti adalah strategi pemasaran bauran yang meliputi 4P yaitu product, price, place/ distribution dan promotion. Penggambarannya adalah :



Setelah melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti mendapatkan data sebagai berikut :

a. Produk

Penerapan pemasaran bauran hal yang penting yaitu produk. produk adalah suatu barang yang di hasilkan oleh produsen sehingga mempunyai nilai lebih dan dapat menarik konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Dalam suatu produksi dalam menghasilkan barang yang perlu di perhatikan adalah kualitas, kreatifitas, dan inovasi sehingga sesuai dengan pasar yang yang di butuhkan untuk itu Marely Jaya memproduksi kain batik Jonegoroan dengan pengembangan motif dan warna sesuai dengan permintaan konsumen . Produk yang di hasilkan oleh Marely Jaya yaitu adalah sebagai berikut :

1. Kain batik Joneogoran dengan berbagai jenis kain.
2. Baju pria dan wanita.
3. Souvenir.
4. Sandal.
5. Tempat pensil.

Produk unggulan dari Marely Jaya adalah kain batik Jonegoroan yang mempunyai banyak motif yang berbeda dengan batik Madura atau batik Pekalongan, karena motif yang terdapat dari batik Jonegoroan merupakan gambaran dari kabupaten Bojonegoro dan dari motif dasar berkembang lebih baik dan inovatif. Batik Jonegoroan mempunyai warna yang berbeda disini batik jonegoroan warna bisa disesuaikan dengan permintaan konsumen sehingga dapat memesan terlebih dahulu.

Sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Basu Swartha dan Irawan, mengatakan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks, baik dapat di raba maupun tidak dapat diraba, termasuk pembungkus, warna, harga, prestasi perusahaan, dan pengecer yang di terima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁷² Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhannya dan memberikan kepuasan.⁷³

Dapat disimpulkan bahwa produk adalah suatu barang atau jasa yang di hasilkan oleh produsen yang dapat di terima konsumen untuk memberi kepuasan dan memenuhi kebutuhan manusia.

⁷² Swatha DH, Basu dan Irawan.,loc.cit.,hlm 8

⁷³ Sofyan,Assauri.loc.cit hlm.182

b. Price

Harga merupakan hal yang paling penting dalam marketing mix. Dimana dalam menentukan harga konsumen sangatlah selektif, dengan harga yang sangat murah maka permintaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal namun tidak dengan kain batik Jonegoroan, dalam menentukan harga Marely Jaya menyesuaikan dengan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Bojonegoro sehingga hanya menghasilkan laba yang sedikit, selain itu juga tergantung kain yang digunakan, pencelupan atau pewarnaannya dari batik tersebut. Dari data observasi dan dokumentasi yang peneliti peroleh bahwa harga berkisar antara Rp 30.000 sampai dengan Rp 200.000. Maka untuk mensiasati harga tersebut merely menjual kain batik jenogoroan dengan jenis kain yang berbeda dan waran yang berbeda.

Sesuai dengan teori yang di peroleh penelti yaitu teori yang di kemukakan oleh Swastha harga dapat di definisikan sebagai jumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.⁷⁴

Dengan melihat kondisi ekonomi masyarakat Bojonegoro yang mayoritas menengah ke bawah batik jonegoroan masih belum dinikmati oleh seluruh Bojonegoro karena harga yang kurang sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat Bojonegoro.

⁷⁴ Swasta DH dan irawan.*loct cit.*,hlm 215

c. Promotion

Promosi adalah kegiatan penting bagi perusahaan dimana tanpa promosi orang tidak akan mengenal perusahaan dan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan jadi promosi merupakan elemen penting bagi perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh Marelly Jaya sebagai berikut yaitu

1. *Mount to mount*

Maksudnya *mount to mount* yaitu promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut kemudian setelah itu dikembangkan oleh Marelly Jaya menggunakan media elektronik.

2. Media electronic

Media elektronik yang dimaksud yaitu lewat internet dengan membuat website dan membuat facebook, dengan menggunakan media tersebut membuat pendapatan Marelly Jaya bertambah karena permintaan semakin bertambah rame dan membuat penghasilan bertambah.

3. Selain itu juga mengikuti promo dan undang yang diadakan pemerintah atau yayasan.

Seperti yang dikemukakan oleh Kotler mengemukakan bahwa bauran komunikasi pemasaran terdiri dari lima cara komunikasi utama, yaitu:

- a) Periklanan (advertising).
- b) Promosi penjualan (sales promotion).

- c) Hubungan masyarakat (public relation).
- d) Penjualan secara pribadi (personal selling).
- e) Pemasaran langsung (direct marketing).⁷⁵

Setelah peneliti menemukan data dan menemukan teori maka peneliti membuat kesimpulan bahwa dalam mempromosikan produknya, Marely Jaya menggunakan cara sebagai berikut :

- a) Periklanan (advertising).
 - b) Promosi penjualan (sales promotion).
 - c) Hubungan masyarakat (public relation).
 - d) Penjualan secara pribadi (personal selling).
 - e) Pemasaran langsung (direct marketing).
 - f) Media elektronik.
- d. Place/distribusi

Penentuan tempat sangat penting dalam pemasaran karena berjalannya perusahaan kedepan juga ditentukan oleh penempatan tempat yang sesuai dengan barang yang dihasilkan dalam produksi sebuah perusahaan. Marely Jaya bertempat di jalan raya Prayungan Sumberrejo Bojonegoro, tempatnya sangatlah strategis karena berada di samping jalan raya yang memudahkan pengunjung untuk membeli batik Jonegoroan selain itu juga para pelancong atau pejabat setempat yang membawa tamu dari luar kota untuk membeli batik khas Bojonegoro ke Marely Jaya.

⁷⁵ Kotler Philip, Op. cit., hlm 179

Selain itu juga distribusi yang di lakukan Marely Jaya ke berbagai kota antara lain sebagai berikut :

a) Daerah bojonegoro

Daerah bojonegoro meliputi sekolah- sekolah yang dianjurkan pemerintah menggunakan seragam sekolah jenis batik Bojonegoro selain untuk mengenalkan batik Bojonegoro juga membantu Marely Jaya untuk mengenalkan produknya ke masyarakat luas.

b) Daerah Jawa Timur

Daerah Jawa Timur di sini distribusinya ke mall-mall yang ada di Surabaya seperti Surabaya mall, Puri Matahari dan Gunung Mas.

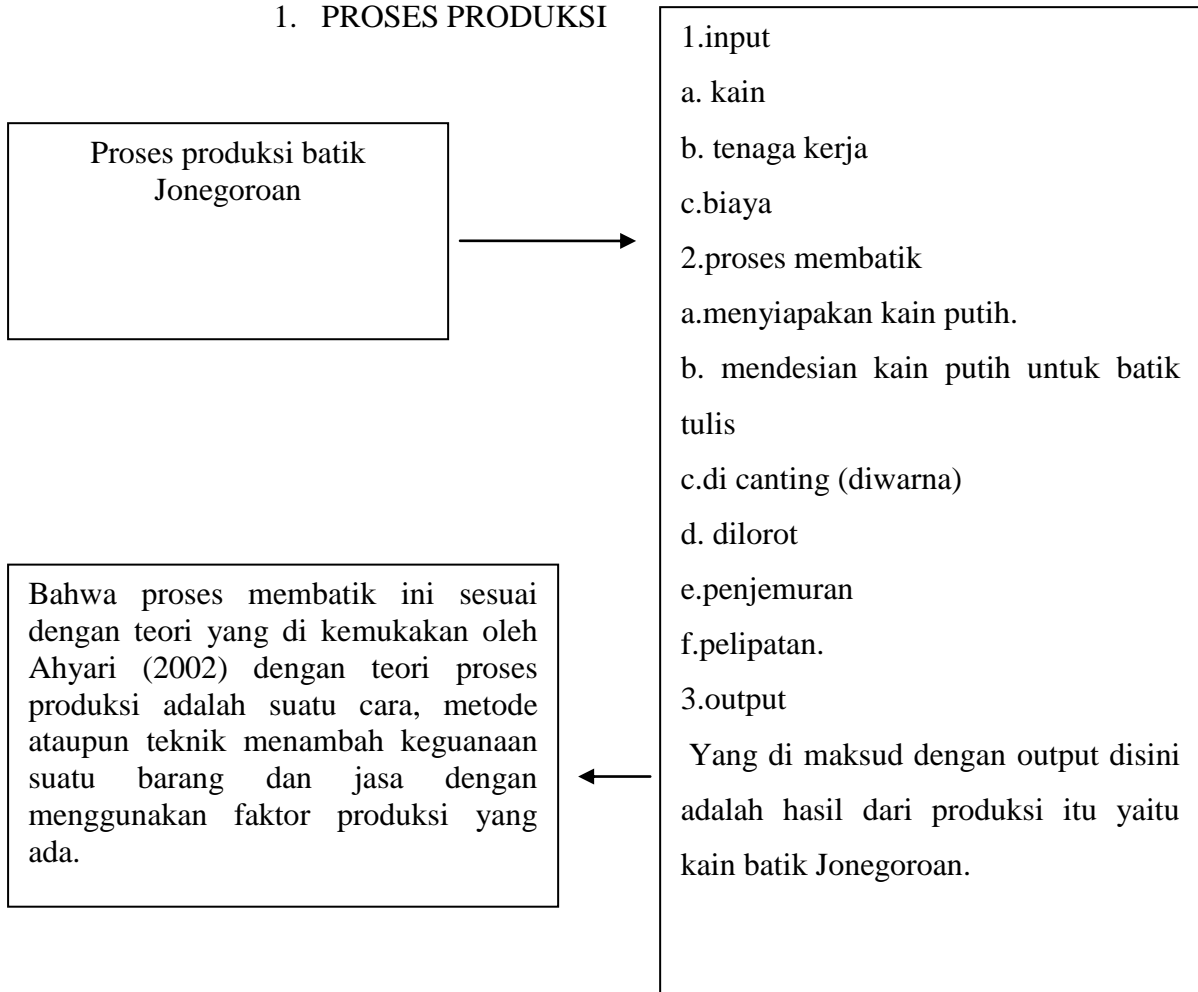
c) Luar Jawa

Untuk daerah luar Jawa Marely Jaya menggunakan distribusi ke Kalimantan, Sumatera dan Sulawesi di sini proses pemesanan melalui website yang ada dan kemudian untuk biaya dilakukan dengan transfer.

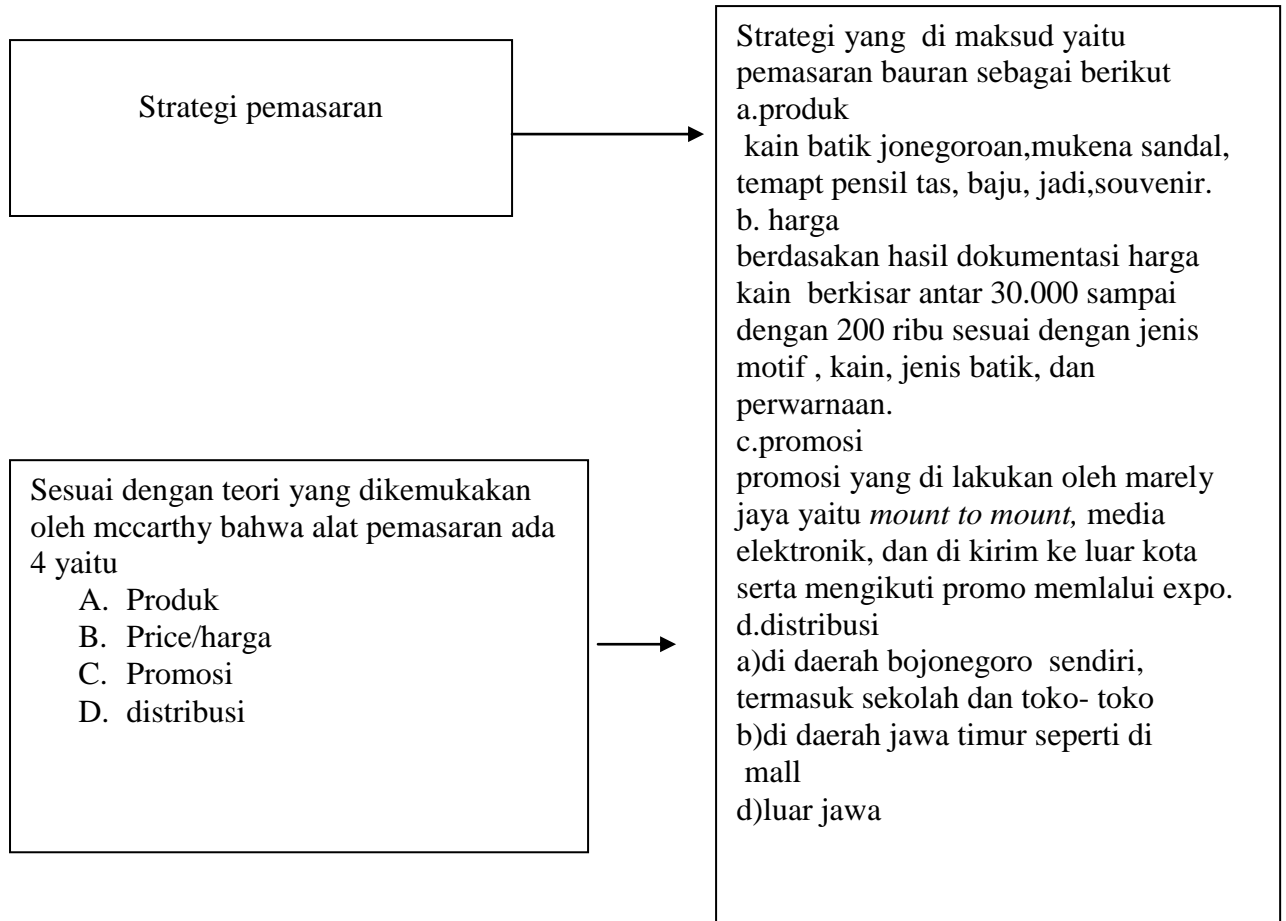
Untuk mengembangkan distribusi merelly selalu mengikuti perlombaan dan expo yang di adakan di seluruh Indonesia agar batik Jonegoroan dan toko Marely Jaya juga di kenal masyarakat seluruh Indonesia.

Berikut skema dari rumusan masalah :

1. PROSES PRODUKSI



2. STRATEGI PEMASARAN



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan analisis penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Proses Produksi

Produksi adalah sesuatu yang dapat menghasilkan nilai dan mendapatkan laba. Dan Melihat data dan teori yang di peroleh peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses produksi batik jonegoroan di marelly jaya proses produksi adalah kegiatan menggunakan faktor produksi yang ada sehingga dapat memenuhi kebutuhan manusia dan menghasilkan laba. Proses produksi meliputi input, proses membuat dan produk. Proses produksi yaitu sebagai berikut:

- a) Input yang meliputi kain, tenaga kerja dan biaya.
- b) Proses membuat yaitu meliputi cara membuat batik dari kain putih kemudian didesain kemudian batik dengan canting dilorot diwarnai dengan pewarna pengunci dan di lorot malamnya kemudian dijemur dan dilipat.
- c) Produk batik meliputi kain batik jonegoroan, baju pria dan baju wanita, sandal, tempat pensil, mukena dan souvenir.

2. Pemasaran

Strategi pemasaran yang di maksud oleh peneliti yaitu pemasarn bauran dimana memiliki 4p yaitu produk, price, promosi dan place/ distribusi berikut kesimpulan dari peneliti :

a. Produk

Kain batik Jonegoroan, mukena sandal, tempat pensil tas, baju jadi, souvenir.

b. Price/ harga

Berdasarkan hasil dokumentasi harga kain berkisar antar 30.000 sampai dengan 200 ribu sesuai dengan jenis motif , kain, jenis batik, dan perwarnaan.

c. Promosi

Promosi yang di lakukan oleh marrelyy jaya yaitu *door to door*, media elektronik, dan di kirim ke luar kota serta mengikuti promo melalui expo.

d. Place/ distribusi

- 1) di daerah Bojonegoro sendiri, termasuk sekolah dan toko-toko.
- 2) di daerah Jawa Timur seperti di mall.
- 3) luar Jawa.

B. Saran

Untuk mencapai proses produksi yang maksimal dan pemasaran batik jonegoroan maka saran yang di berikan peneliti sebagai berikut :

1. Agar produksi dan pemasaran berjalan dengan baik maka seharusnya pembukuan penjualan dan biaya lebih rinci lagi, sehingga dalam penghitung pendapatan dan biaya lebih mudah dan di mengerti, dan pembukuan hendaknya di tutup tiap satu bulan sekali.
2. Agar batik jonegoroan lebih dikenal maka seharusnya harga yang di tetapkan di sesuaikan dengan kondisi ekonomi masyarakat sehingga banyak masyarakat yang mempunyai minat untuk membeli lebih banyak kepada Marely Jaya, selain itu juga kualitas harus tetap di jaga agar konsumen tidak pindah ke lain hati.

Demikian saran dari peneliti yang dapat diberikan pada penelitian ini, semoga berguna bagi peneliti selanjutnya dan khususnya pada toko Marely Jaya untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan produksinya lebih baik lagi.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MAILK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS TARBIYAH**

Jl. Gajayana No.50 Malang Telp. (0341) 552398 Faksimile (0341) 552398
Website: www.tarbiyah.uin-malang.co.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Faiqotul Himmah
NIM : 08130090
Fak/Jurusan : Tarbiyah/Pendidikan IPS Prodi Ekonomi
Pembimbing : Dr. H. Zulfi Mubaraq, M. Ag.
Judul Skripsi : Proses Produksi Dan Pemasaran Batik Jonegoroan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Wirausaha Batik Jonegoroan Di Marely Jaya Bojonegoro)

No	Tanggal	Materi	Tanda Tangan
1	21 Juli 2011	Pengajuan Proposal	1.
2	15 Oktober 2011	Ujian Proposal	2.
3	20 Oktober 2011	Revisi Proposal	3.
4	21 November 2011	Konsultasi Bab I, II, dan III	4.
5	29 Desember 2011	Revisi Bab I, II, dan III	5.
6	29 Desember 2011	Konsultasi Bab IV, V, dan VI	6.
7	13 Februari 2012	Revisi Bab IV, V, dan VI	7.
8	21 Juni 2012	Acc Bab I sampai Bab VI	8.

Malang, 21 Juni 2012

Mengetahui,

Dekan Fakultas Tarbiyah

Dr. H. M.Zainuddin, MA
NIP. 196205071995031001

DATA INFORMAN

1. Nama : Pudji Rahaju S.Pd., M.Pd.
TTL : Bojonegoro, 21 mei 1966
Alamat : desa Prayungan kec. Sumberejo kab. Bojonegoro
Sebagai : Pemilik toko Marelly Jaya

2. Nama : Ahmat Aris
TTL : Bojonegoro, 21 Januari 1991
Alamat : desa Prayungan kec. Sumberejo kab. Bojonegoro
Sebagai : Karyawan

Lampiran foto- foto



Tempat berjualan batik



Produk- produk yang di hasilkan oleh Marely Jaya



Beberapa karyawan tengah sibuk mecanting kain batik jonegoroan



Mas Aris yang tengah mengecap batik Jonegoroan.



Souvenir yang terbuat dari batik Jonegoroan



Selain kain di Marely Jaya juga terdapat baju pria dan wanita



Seorang karyawati tengah melayani konsumen



Proses pelipatan



Marely Jaya

PEDOMAN WAWANCARA

- Sejarah berdirinya marelly jaya

Pertanyaan

1. Apasaja yang dibutuhkan dalam pembuatan batik jenogoroan ?
2. Berasal darimana bahan- bahan pembuatan batik jenogoroan?
3. Bagaimana proses produksi batik jenogoroan?
4. Jenis apa saja produk yang dihasilkan batik jenogoroan?
5. Bagaimana pemasarannya?
6. Diantara 4p yaitu distribusi, tempat, produk, harga dan promosi yang digunakan marelly bagaimana ?
7. Didistribusikan kmn saja batik jonegoroan ?
8. Teknik penjualan apa saja yang digunakan marelly ?
9. Bagaimana penjualan dalam 3 tahun terakhir ? mohon grafiknya ?
10. Bagaimana tingkat produksinya?
11. Berapa Jumlah awal penjualan hingga sekarang ?

**PERNYATAAN
HASIL PENELITIAN LAPANGAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami menyatakan bahwa:

Nama : Faiqotul Himmah

Nim : 08130090

Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Prodi Ekonomi

Fakultas : Tarbiyah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Menyatakan sebenar-benarnya bahwa nama tersebut telah melakukan penelitian pada toko Marelly Jaya

Adapun penelitian yang di laksanakan yaitu mengenai penelitian lapangan untuk menyelesaikan skripsi guna penyelesaian studi S1 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan tema **"Proses Produksi Dan Pemasaran Batik Jonegoroan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Wirausaha Batik Jonegoroan Di Sumberejo Bojonegoro)**. Yang dilaksanakan mulai tanggal 3 november 2011 sampai 9 maret 2012.

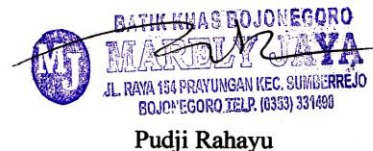
Demikian surat pernyataan ini sebagai bukti penelitian. Agar di pergunakan dengan semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Peneliti

Faiqotul Himmah

Pemilik Marelly Jaya



Pudji Rahayu

DAFTAR RUJUKAN

- Assauri Sofyan. 2002 .*Manajemen Pemasaran (dalam konsep dan strategi)*, Jakarta: RajawaliGrafindo.
- Catur E. Rismiati – Ig. Bomdan Suratno. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta; Kanisius.
- Ciku, *Definisi Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, <http://www.yahoo.com> diakses 7 agustus 2011
- _____, <http://www.scribd.com/doc/16690046/Pengertian-Batik>. diakses 20 juni 2011.
- _____, *wirausaha*, <http://www.wikipedia.com>, diakses 8 agustus 2011.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- J, Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasmir, 2007, *kewirausahaan*. Jakarta: raja grafindo persada..
- Kotler Philip, 1992, *Marketing Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Mursyid, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Murni Wahid, 2008, *Cara Mudah Menulis Proposal Dan Laporan Penelitian Lapangan* Malang; Um Press.
- Perreault, Mccatry, 1995, *Inti Sari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global*. Terj . Agus Maulana. Jakarta: Bina Rupa Aksra.
- Satori, djam'an, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabet.
- Suryana, 2006, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses Edisi 3*. Bandung: Salemba Empat.
- Swastha DH, Basu 1988. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Swatha DH, Basu dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: bagian penerbitan Fakultas Ekonomi Gajah Mada.

Tarsis Tarmudji, 1996, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*. Semarang: Liberty Yogyakarta.

Yunus Muh. 2009, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*. Malang: UIN press.