

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan data

1. Profil CV. Bintang Abadi

CV. Bintang Abadi merupakan sebuah badan usaha yang terletak di Dusun Banyumas Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan. CV. Bintang Abadi ini sudah terjamin legalitasnya karena sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dimana fungsinya sudah sama seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Pemilik dari CV. Bintang Abadi adalah Bapak Abd. Rahman, CV. Bintang Abadi juga sudah berdiri sejak tahun 2009. Dan mulai melakukan penjualan secara online sejak tahun 2012 namun hanya menggunakan aplikasi facebook sebagai media untuk penjualan dan promosi, dan sistem penjualan online mulai di perbarui lagi pada tahun 2020, menggunakan media sosial lebih lengkap seperti tokopedia, facebook, whatsapp, stroberi, dan juga instagram. CV. Bintang Abadi sudah mempunyai tempat usaha sendiri, dan memiliki karyawan sebanyak 12 orang. Adapun tugas dari masing-masing karyawan yaitu, 3 orang menggambar pola pada kain, 5 orang mewarnai kain batik, dan 4 orang lainnya melorot kain batik dan menjemur. Dan produk yang diproduksi di toko ini adalah aneka macam batik tulis berupa Sutra Classic, Sutra Sarimbet, Katun Primis, Prima, Terima Pesanan Seragam Batik, Hem Classic, Hem Contemporer, Kemeja/Sarung, dll.

2. Data Lapangan

Dalam pembahasan ini, peneliti akan memaparkan sesuai dengan fokus penelitian yang berkaitan dengan Strategi Digital Marketing Dalam Pertumbuhan Penjualan CV. Bintang Abadi di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan. Dimana dalam fokus penelitian, akan membahas dua hal, yang pertama Strategi Digital Marketing CV. Bintang Abadi di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan, yang kedua Pertumbuhan Penjualan CV. Bintang Abadi di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan. Adapun data yang peneliti kumpulkan dilapangan dengan melakukan wawancara dan pengamatan secara langsung. Untuk lebih jelasnya peneliti akan memaparkan tentang paparan data sebagai berikut:

a. **Strategi Digital Marketing CV. Bintang Abadi di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan**

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi digital marketing CV. Bintang Abadi, peneliti lebih dulu menanyakan pertanyaan pengantar kepada bapak Abd. Rahman selaku pemilik CV. Bintang Abadi mengenai surat izin usaha. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

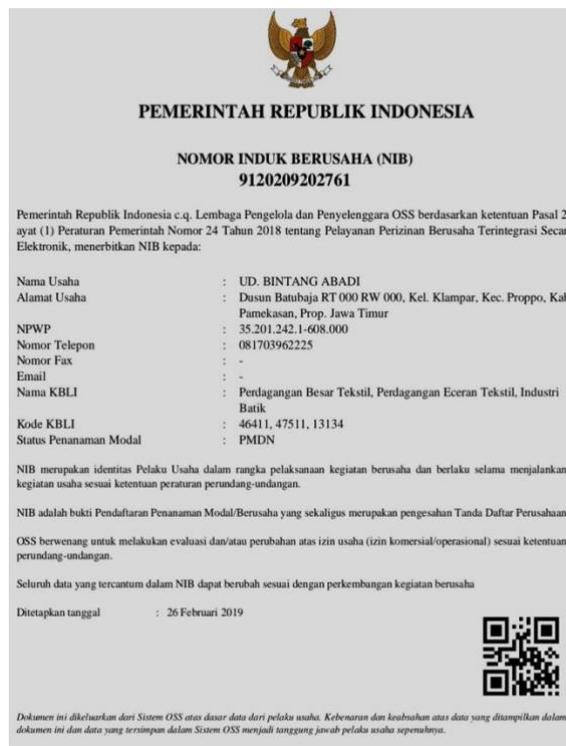
“Alhamdulillah untuk izin usaha kami sudah ada ya dik. Tapi izin yang kami miliki ini bukan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), melainkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dimana juga berfungsi sebagai pengganti surat izin usaha.”¹

¹ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa CV. Bintang Abadi ini sudah terjamin legalitasnya karena sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dimana fungsinya sudah sama seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Maka dengan adanya nomor induk tersebut membuat usaha batik yang dijalankan bapak Abd. Rahman juga berpeluang semakin berkembang pesat. Nomor Induk Berusaha (NIB) CV. Bintang Abadi dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.1

Nomor Induk Berusaha (NIB) CV. Bintang Abadi



Sumber: Foto Pribadi.

Peneliti juga menanyakan langsung kepada bapak Abd. Rahman mengenai berapa karyawan yang dimiliki, dan adakah penambahan jumlah produksi. Adapun yang dikatakan oleh bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Awalnya sebelum melakukan penjualan secara online, kita hanya memiliki 6 orang karyawan saja dik, tapi setelah melakukan penjualan secara online dan banyaknya pesanan maka ada penambahan karyawan sebanyak 6 orang lagi, jadi jumlah karyawannya sekarang sebanyak 12 orang. Dimana masing-masing tugasnya itu, 3 orang membatik dan ngecap, 4 orang mewarnai kain batik, dan 5 orang lainnya melorot kain batik dan menjemur. Dan sudah pasti jelas ada penambahan jumlah produksi batik, karena jumlah karyawan bertambah otomatis jumlah produksi juga semakin bertambah karena banyaknya permintaan konsumen”²

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan secara online yang dilakukan oleh bapak Abd. Rahman sangat berpengaruh terhadap penambahan jumlah karyawan yang dimiliki, yang awalnya hanya 6 orang saja sekarang sudah menjadi 12 orang karyawan, serta banyaknya permintaan konsumen berpengaruh pada meningkatnya jumlah produksi batik. Adapun macam-macam kegiatan yang dilakukan karyawan CV. Bintang Abadi sedang membuat batik cap dan dapat dilihat pada gambar berikut ini:

² Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

Gambar 4.2
Proses pembuatan batik cap



Dokumentasi Penelitian, 2022.

Kemudian tahap selanjutnya dengan proses pewarnaan batik, yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.3
Proses pewarnaan batik



Dokumentasi Penelitian, 2022.

Selanjutnya bisa dilihat pada gambar 4.4 para karyawan sedang menutupi warna menggunakan malan atau lilin yang sudah dipanaskan pada kain batik dengan tujuan agar warna tadi bisa menempel dengan kata lain tidak luntur.

Gambar 4.4

Menutupi warna menggunakan malan atau lilin



Dokumentasi Penelitian, 2022.

Selanjutnya proses pencelupan kain yang sudah dibatik lalu dicelup atau direndam ke dalam pewarna yang diinginkan, dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.5

Pencelupan atau direndam ke dalam pewarna



Dokumentasi Penelitian, 2022.

Tahap selanjutnya, proses pencucian atau pelorotan ini kain batik dicuci atau dilunturkan menggunakan air panas agar sisa-sisa warna dan malan atau lilin bersih, yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.6
Proses pencucian atau pelorotan



Dokumentasi Penelitian, 2022.

Proses terakhir, yaitu penjemuran. Menjemur kain batik ditempat sejuk yang tidak terkontak langsung dengan sinar matahari agar warna kain bagus, yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.7
Penjemuran kain batik



Dokumentasi Penelitian, 2022.

Peneliti juga menanyakan langsung pada ibu Masturoh selaku salah satu karyawan disana mengenai proses pembuatan batik tulis. Adapun yang dikatakan oleh ibu Masturoh sebagai berikut:

“Proses pembuatan batik tulis itu yang pertama harus menggambar pola pada kain mori, lalu diberi malan pada gambar pola tadi. Setelah diberi malan, lalu diwarnai pakai pewarna khusus kain. Setelah diwarnai ditimpa lagi pakai malan, dan setelah selesai kain akan di lorot diatas air yang mendidih untuk menghilangkan sisa malan yang masih melekat. Setelah selesai kain harus dijemur dibawah sinar matahari langsung, dan kalau sudah kering baru dilipat dan ditata dengan rapi”³

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa untuk memperoleh batik tulis yang bagus maka diperlukan kesabaran dan ketelatenan dalam proses pembuatannya karena prosesnya pun tidak mudah, mulai dari menggambar pola pada kain, lalu dibatik menggunakan malan, kemudian malan dilunturkan dengan cara dimasukkan kedalam air mendidih, lalu dijemur dan terakhir dilipat dengan rapi.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai jenis media online yang digunakan. Adapun yang dikatakan oleh bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Untuk penjualan online ini kita menggunakan beberapa aplikasi dik, seperti tokopedia, facebook, whatsapp, stroberi, dan instagram, dan alasan pakai aplikasi itu karena sudah banyak dipakai oleh orang-orang dan agar lebih mudah di akses”⁴

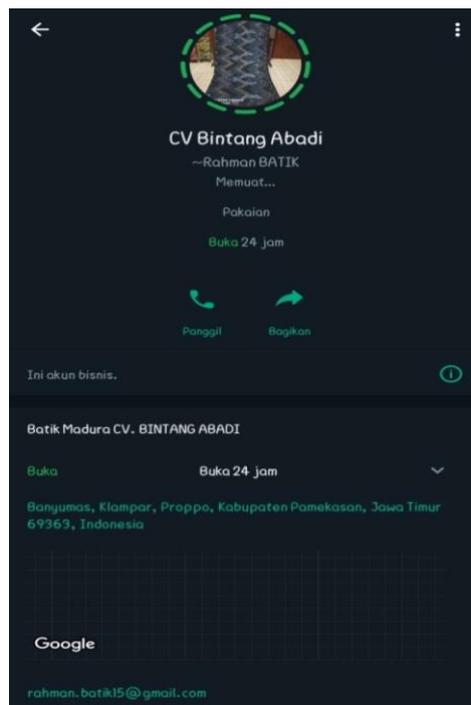
³ Masturoh, Karyawan, Wawancara Langsung (23 Juni 2022)

⁴ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang kebanyakan orang-orang pakai seperti tokopedia, facebook, whatsapp, dan instagram menjadi pilihan bapak Abd. Rahman untuk memasarkan produknya agar lebih mudah di akses konsumen.

Adapun tampilan dari profil WhatsApp yang digunakan bapak Abd. Rahman untuk melakukan digital marketing dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.8
Profil WhatsApp

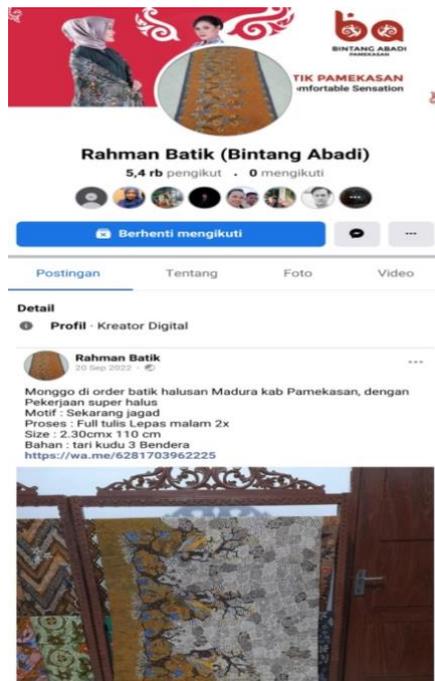


Sumber: Foto Pribadi.

Selain menggunakan WhatsApp, bapak Abd. Rahman juga menggunakan Facebook untuk memasarkan batiknya, yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.9

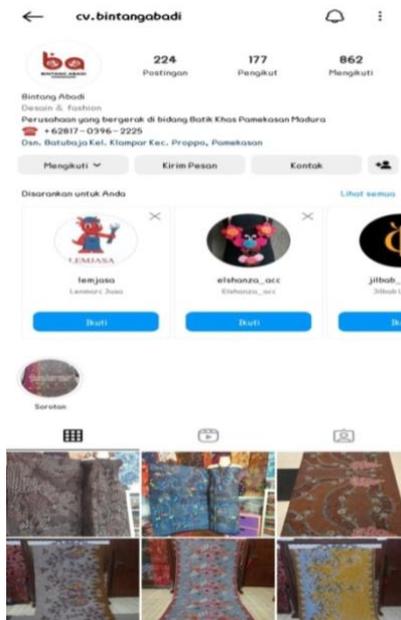
Profil Facebook



Sumber: Foto Pribadi.

Bapak Abd. Rahman juga menggunakan media sosial Instagram dalam memasarkan batiknya, yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.10
Profil Instagram



Sumber: Foto Pribadi.

Selain menggunakan media sosial diatas, bapak Abd. Rahman juga mengoptimalkan pemasaran batiknya dengan menggunakan Tokopedia, yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.11
Aplikasi Tokopedia



Sumber: Foto Pribadi.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai kemudahan dalam mengakses dan cara berkomunikasi dengan konsumen. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Tentu mudah dik, karena kita mencantumkan link toko di instagram dan juga di whatsapp, dan yang mau ke toko langsung juga mudah karena sudah tercantum di google maps dengan tinggal ketik CV. Bintang Abadi maka sudah keluar rutenya. Dan untuk cara kita berkomunikasi dengan konsumen ya seperti biasanya dik, dengan sapaan yang ramah pastinya, menanggapi chat yang masuk dengan cepat dan jika ada pertanyaan dari konsumen kita akan berusaha balas dengan respon yang cepat dan jelas”⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa CV. Bintang Abadi memudahkan para konsumen dengan adanya link yang dicantumkan diinstagram dan whatsapp dalam menemukan toko serta informasi dan melakukan pemesanan secara online, serta cara berkomunikasi dengan konsumen toko CV. Bintang Abadi menerapkan dengan cara sapaan yang ramah, menanggapi chat dan pertanyaan dengan cepat.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai cara meningkatkan kepercayaan konsumen. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Caranya itu dengan menjaga hubungan agar tetap baik dengan konsumen, selalu jujur dan terbuka tentang produk yang kita jual, memperlihatkan testimoni dari konsumen yang lain, selain itu memberikan informasi yang jelas melalui gambar dan informasi produk yang kita posting, dan juga juga harus aktif di toko online agar konsumen pun merasa nyaman dan percaya.”⁶

⁵ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

⁶ Ibid.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa menjaga hubungan agar tetap baik dengan konsumen, selalu jujur dan terbuka tentang produk yang kita jual, memperlihatkan testimoni dari konsumen yang lain merupakan sebagian cara meningkatkan kepercayaan konsumen.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai strategi digital marketing saat menjual batik tulis. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman:

”Strategi digital marketing yang kita lakukan agar menarik minat pelanggan yaitu selain optimal pada aplikasi marketplace. Kita juga melakukan pemodelan seperti diletakkan pada manekin atau gawangan saat pengambilan gambar, memberikan harga terjangkau, memberikan informasi produk yang lengkap di toko online, dan kita juga meyakinkan konsumen bahwa kualitas produk yang kita jual itu terjamin sehingga konsumen akan tertarik dan akan mengunjungi laman toko kita dan mulai bertanya-tanya tentang produk yang kita jual. Dan tidak hanya itu dik, kita juga melakukan komunikasi yang baik dan berlanjut dengan konsumen agar mereka merasa nyaman dan melakukan pemesanan berlanjut atau menjadi pelanggan tetap.”⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa toko online yang memberikan harga terjangkau, gambar produk yang menarik dengan menggunakan manekin atau gawangan, komunikasi yang berlanjut serta informasi produk yang lengkap maka akan lebih menarik minat beli kosumen dan membuat konsumen melakukan repeat order atau menjadi pelanggan tetap. Adapun batik CV. Bintang Abadi yang diletakkan pada manekin, dapat dilihat pada gambar berikut:

⁷ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

Gambar 4.12

Batik yang diletakkan pada manekin



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2022.

CV. Bintang Abadi tidak hanya meletakkan batik pada manekin, tetapi juga pada gawangan batik yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.13

Batik yang diletakkan pada gawangan



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2022.

**b. Pertumbuhan Penjualan CV. Bintang Abadi di Desa Klampar
Kec. Proppo Kab. Pamekasan.**

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pertumbuhan penjualan, peneliti lebih dulu menanyakan pertanyaan pengantar kepada bapak Abd. Rahman selaku pemilik CV. Bintang Abadi mengenai cara mengenalkan produk kepada konsumen dan dari daerah mana saja konsumen yang melakukan pemesanan secara online. Adapun yang diungkapkan oleh bapak Abd. Rahman selaku pemilik CV. Bintang Abadi sebagai berikut:

“Untuk mengenalkan batik secara online, kita melakukan promosi di media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram. Selain memposting gambar produk juga menjelaskan beberapa keterangan termasuk nama motif, nama bahan serta dilengkapi dengan ukuran batik. Kalau konsumen yang membeli batik kita itu cukup banyak dik. Ada yang dari Blitar, Jakarta, Batam, Malang, Makassar, Surabaya dan juga Bandung.”⁸

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi langkah utama dalam mengenalkan produk yang di jual secara online, dan bahkan bisa menjangkau konsumen dengan mudah sampai ke luar kota atau daerah seperti Blitar, Jakarta, Batam, Malang, Makassar, Surabaya dan juga Bandung.

Peneliti juga menanyakan langsung kepada bapak Abd. Rahman mengenai cara membuat konsumen melakukan repeat order. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

⁸ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

“Pertama, kita jalin dulu komunikasi yang baik dengan konsumen agar mereka merasa nyaman belanja ditoko kita dik. Lalu kita juga memberikan kebebasan pada konsumen dalam memilih motif batik tulis sesuai request atau keinginan mereka, dalam arti motif tidak hanya itu-itu saja. Juga memberikan potongan harga untuk yang berlangganan., dan terakhir kita tetap menjaga kualitas batik tulis, maka dengan cara itu konsumen akan kembali membeli batik tulis saya.”⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, menjaga kualitas produk tetap terjamin, memberikan potongan harga bagi yang berlangganan, dan juga memberikan kebebasan request dalam memilih motif dapat membuat konsumen kembali melakukan pemesanan atau repeat order.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai kualitas produk. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Kualitas batik tulis yang dulu dan sekarang itu berbeda dik, kenapa dikatakan berbeda karena dulu kita pakai bahan yang istilahnya kurang bagus. Tapi sekarang kita sudah memberikan kualitas yang terjamin, seperti memakai bahan-bahan yang terbaik. Dulu kita pakai kain yang harganya hanya 28ribu permeter tapi sekarang kita memakai kain yang harganya 35ribu-40ribu permeter yang kualitasnya lebih halus dan tebal jadi tidak mudah robek saat dipakai. Pewarna dan malan pilihan, dan bahkan batiknya lebih tahan lama dan tidak mudah luntur. Jadi dengan kualitas yang sekarang, banyak konsumen yang datang dan berlangganan sehingga dikatakan penjualan kita semakin meningkat”¹⁰

Peneliti juga menanyakan langsung kepada salah satu konsumen mengenai kualitas produk yang dijual CV. Bintang Abadi. Adapun yang dikatakan mbak Yuyun sebagai berikut:

⁹Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

¹⁰ Ibid.

“Menurut saya, kualitas batik tulis yang dijual di CV. Bintang Abadi ini memang bagus, dan juga banyak pilihan motifnya. karena saya sendiri pernah membeli dan saya jadikan baju batik. Tapi sampai sekarang tetap awet dan warna tidak luntur.”¹¹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa toko CV. Bintang Abadi mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan bahan-bahan dengan kualitas terjamin seperti menggunakan kain katun, mori dan juga sutra, malan dan juga pewarna yang dipakai untuk batiknya dan memiliki image yang cukup bagus bagi konsumen yang pernah membeli batik tulis disana.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai penetapan harga jual. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Untuk harga jual, kita bervariasi menyesuaikan dengan bahan dan pembuatan dik, jika bahan dari kain mori atau katun maka harganya bisa dari 60-120ribu. Kalau bahan dari kain sutra harganya bisa 150-300ribu, dengan itu kita tetap mengedepankan kualitas. Dan harga yang kita tawarkan sudah terjangkau dibandingkan dengan toko lain yang ada disini, ada juga yang lebih murah dari toko kita tapi bahannya tidak sama. Maka dari itu konsumen tidak ragu dalam melakukan pembelian berlanjut setelah mengetahui kualitas batik kita yang memang bagus. Dengan harga batik yang cukup terjangkau ini, secara otomatis banyak konsumen yang membeli.”¹²

¹¹ Yuyun, Konsumen, Wawancara Langsung (24 Juni 2022)

¹² Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

Peneliti juga menanyakan langsung kepada salah satu konsumen mengenai harga jual yang ditetapkan CV. Bintang Abadi. Adapun yang dikatakan mbak Yuyun sebagai berikut:

”Untuk harga batik yang ada di CV. Bintang Abadi menurut saya cukup terjangkau. Karena batik yang dijualpun juga bagus-bagus, dengan banyak pilihan motif yang beragam.”¹³

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa harga produk yang ditawarkan CV. Bintang Abadi cukup terjangkau mulai dari yang biasa seharga 60ribu-120ribu. Dan yang dari kain sutra harganya bisa 150ribu-300ribu dengan tetap mengedepankan kualitas dan kepuasan konsumen.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai promosi yang dilakukan. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

“Dalam melakukan promosi kita dibagi menjadi dua, dimana ada promosi online sama offline. Untuk yang online biasanya kita memposting produk menggunakan beberapa aplikasi seperti facebook, whatsapp, dan instagram dengan cara batik yang diletakkan pada manekin atau gawangan agar terlihat menarik, juga memposting foto konsumen yang sudah membeli batik tulis kita. Selain itu kita juga melakukan promosi offline seperti memberi informasi toko kita dari mulut ke mulut, menyebarkan kartu nama toko ke kenalan, teman, saudara, bahkan siapa saja dan juga rutin mengikuti pameran batik tulis untuk sekalian promosi.”¹⁴

Peneliti juga menanyakan langsung pada istri bapak Abd. Rahman mengenai promosi yang dilakukan. Adapun yang dikatakan ibu Kurroh sebagai berikut:

¹³ Yuyun, Konsumen, Wawancara Langsung (24 Juni 2022)

¹⁴ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

“Untuk promosi biasanya saya juga ikut membantu melakukannya dengan cara yang sama, yaitu memposting di whatsapp dan facebook saya dengan gambar yang sekiranya menarik agar konsumen tertarik untuk membeli. Dan dengan melakukan promosi ini penjualan kita juga semakin meningkat.”¹⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa di CV. Bintang Abadi melakukan promosi secara online dan offline, dimana promosi online yang dilakukan dengan memposting gambar produk semenarik mungkin dengan menggunakan aplikasi seperti whatsapp, instagram, dan juga facebook. Dan promosi offline yang dilakukan seperti memberi informasi toko dari mulut ke mulut, menyebarkan kartu nama toko pada orang-orang serta rutin mengikuti pameran batik tulis untuk sekalian mempromosikan batiknya.

Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abd. Rahman mengenai pertumbuhan penjualan CV. Bintang Abadi. Adapun yang dikatakan bapak Abd. Rahman sebagai berikut:

”Sebelum melakukan penjualan secara online. Batik yang kita jual hanya laku sekitar 20 potong perbulan dengan harga batik 60ribu, itu hanya mandek disitu saja dan tidak ada peningkatan. Namun setelah melakukan penjualan secara online, penjualan mulai mengalami peningkatan pada tahun 2020 dengan omset yang terus berkembang setiap tahunnya. Dan yang paling banyak laku itu yang harga 100 ribu dik, karena motif dan bahan lebih bagus dari yang 60 ribu, jadi lebih banyak menarik minat konsumen. Dan untuk laku penjualan itu rata-rata pada tahun 2020 laku 60 potong perbulan, terus di tahun 2021 mencapai 70 potong perbulan. Dan untuk tahun 2022 ini karena masih bulan agustus, ya Alhamdulillah di angka 115 potong perbulan.”¹⁶

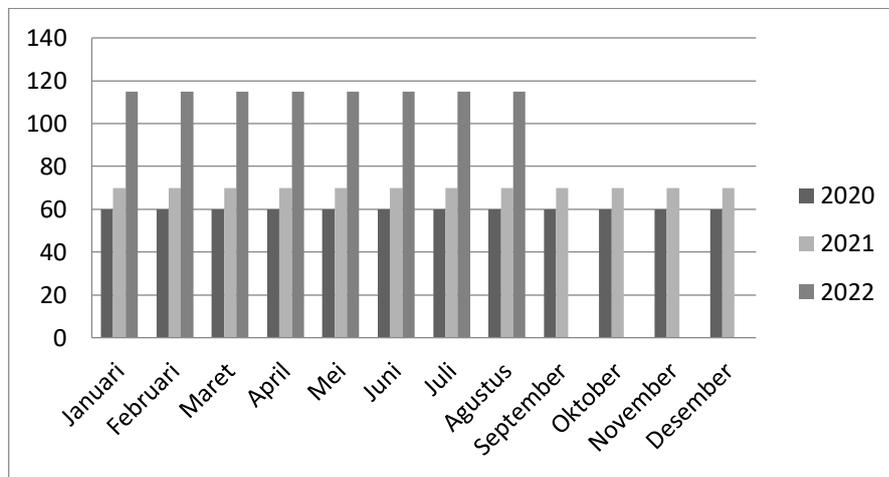
¹⁵ Kurroh, Istri Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (26 Agustus 2022)

¹⁶ Abd. Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (20 Maret 2022)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa CV. Bintang Abadi mengalami pertumbuhan penjualan yang terus meningkat pada tahun 2020 hingga 2022 saat ini. Dengan kata lain strategi digital marketing yang dilakukan CV. Bintang Abadi berhasil menarik minat beli konsumen.

Tabel 4.11

Penjualan CV. Bintang Abadi Tahun 2020 dan 2021



Sumber: Data Penelitian, 2022.

B. Temuan penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan peneliti menemukan beberapa hal yang bisa dijadikan temuan penelitian. Adapun temuan penelitian tersebut antara lain:

1. Temuan penelitian terkait dengan fokus penelitian yang pertama: Strategi Digital Marketing CV. Bintang Abadi di Desa Klampar

Kec. Proppo Kab. Pamekasan

- a. Memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB)
- b. Tambahan jumlah karyawan sebanyak 6 orang
- c. Menggunakan aplikasi tokopedia, facebook, whatsapp, stroberi, dan instagram
- d. Ada kemudahan dalam mengakses toko online dengan mencantumkan link pada media sosial yang dipakai
- e. Komunikasi tetap berlanjut dengan konsumen
- f. Meletakkan kain batik pada manekin atau gawangan agar lebih menarik
- g. Mengoptimalkan fungsi media sosial secara organik

2. Temuan penelitian terkait dengan fokus penelitian yang kedua: Pertumbuhan Penjualan CV. Bintang Abadi di Desa Klampar

Kec. Proppo Kab. Pamekasan

- a. Keterangan produk lengkap mulai dari nama motif, nama bahan, dan juga ukuran
- b. Memberikan kebebasan memilih motif pada konsumen sesuai keinginan

- c. Memberikan kualitas terjamin seperti kain, pewarna, dan juga malan pilihan agar batik tetap awet dan tidak mudah luntur
- d. Harga batik yang terjangkau mulai dari 60ribu-300ribu
- e. Rutin mengikuti pameran batik
- f. Penjualan batik meningkat
- g. Jangkauan konsumen yang cukup luas mulai dari kota seperti, Blitar, Jakarta, Batam, Malang, Makassar, Bandung, dan juga Surabaya.

C. Pembahasan Penelitian

Dari paparan data dan temuan penelitian diatas peneliti dapat melakukan pembahasan penelitian melalui dua hal yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun dua pokok pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Digital Marketing CV. Bintang Abadi di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan

Strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Hamel dan prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.¹⁷

¹⁷ Diah Apriyani, "Strategi Pemasaran dan Penjualan Produk" Di akses dari <https://repository.radenintan.ac.id>. pada tanggal 15 Oktober 2021 pukul 11:22 WIB.

Adapun beberapa indikator Digital Marketing adalah sebagai berikut:¹⁸ accessibility (aksesibilitas), interactivity (interaktivitas), entertainment (hiburan), credibility (kepercayaan), irritation (kejengkelan), informativeness (informatif).

Dari penuturan pemilik CV. Bintang Abadi yang peneliti wawancarai menjelaskan bahwa CV. Bintang Abadi ini sudah terjamin legalitasnya karena sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dimana fungsinya sudah sama seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Pemilik CV. Bintang Abadi juga menjelaskan bahwa strategi digital marketing merupakan suatu cara yang dilakukan agar produk atau barang yang dijualnya bisa menarik minat beli pelanggan. Adapun strategi digital marketing yang digunakan oleh CV. Bintang Abadi adalah teknik digital marketing dengan mengoptimalkan fungsi media sosial secara organik. Adapun media sosial yang dipakai seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. CV. Bintang Abadi tidak pakai facebook adsense dan instagram bisnis, karena meskipun tidak pakai saja keterjangkauan pasar CV. Bintang Abadi sudah luas.

Peneliti menganalisis bahwa di toko CV. Bintang Abadi strategi digital marketingnya sudah sesuai dengan indikator digital marketing yang meliputi Accessibility (aksesibilitas) yang mana sudah memberikan kemudahan akses pada konsumen dengan mencantumkan link toko pada media online yang dipakai. Interactivity (interaktivitas) menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dan memberikan layanan chat

¹⁸ Silviana, “*Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone)*” Di akses dari <https://repository.umpalopo.ac.id>, pada tanggal 15 Oktober 2021 pukul 10:42 WIB.

dengan respon cepat, dan Credibility (kepercayaan) CV. Bintang Abadi memberikan informasi dan deskripsi produk dengan jelas, aktif di toko online, dan ada komunikasi berlanjut agar konsumen merasa nyaman dan percaya pada produk yang dijual CV. Bintang Abadi.

2. Pertumbuhan Penjualan CV. Bintang Abadi di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan.

Menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.¹⁹ Dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjual belikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan membuat perusahaan tersebut terus berkembang.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan antara lain:²⁰ Kualitas produk, harga jual produk, promosi, dan distribusi.

Dari penuturan pemilik CV. Bintang Abadi yang peneliti wawancarai menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan di CV. Bintang Abadi meningkat dari tahun ke tahun dengan penjualan itu rata-rata pada tahun 2020 laku sebanyak kurang lebih 60 potong perbulan, tahun 2021 mencapai 70 potong perbulan. Dan tahun 2022 ini 115 potong perbulan sampai bulan Agustus.

¹⁹ Indra Sasangka dan Rahmat Rusmayadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung" *Jurnal ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi* 2, no. 1 (2018): 134, <https://core.ac.uk>.

²⁰ Susilowati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Feminime Hygine Sirih Pada PT. Romos Inti Kosmetik Surabaya" *Jurnal Lentera* Vol 14, No. 2, (September, 2016): 243.

Penjualan batik CV. Bintang Abadi meningkat secara signifikan dibandingkan pada tahun 2019, setelah menerapkan strategi digital marketing dengan mengalami pertumbuhan yaitu sebesar 200% pada tahun 2020, dan terus bertumbuh pada tahun 2021 sebesar 250%, dan pada tahun 2022 sampai bulan Agustus meningkat sebesar 283%.

Peneliti menganalisis bahwa di toko CV. Bintang Abadi mengalami pertumbuhan penjualan karena yang pertama kualitas produk, dimana CV. Bintang Abadi mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas terbaik seperti bahan kain, pewarna, dan juga malan yang digunakan. Kedua, harga jual. CV. Bintang Abadi menawarkan harga yang cukup terjangkau mulai dari 60ribu-300ribu dengan tetap mengedepankan kualitas. Dan yang ketiga Promosi, pemilik CV. Bintang Abadi melakukan promosi online dan offline. Dimana promosi online yang dilakukan menggunakan aplikasi whatsapp, facebook, dan juga instagram dengan meletakkan batik pada manekin atau gawangan untuk difoto agar terlihat menarik dengan menggunakan kata-kata yang menarik minat konsumen, selain itu juga memposting foto konsumen yang pernah membeli batiknya. Dan untuk promosi offline, meletakkan benner di halaman toko, memberi informasi toko dari mulut ke mulut, menyebarkan kartu nama toko pada orang-orang, dan juga rutin mengikuti pameran batik tulis. Dan penjualan online yang dilakukan juga secara tidak langsung mengenalkan batik tulis Pamekasan di berbagai kota seperti Blitar, Jakarta, Batam, Malang, Makassar dan Bandung.