

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif studi kasus. Data-data informasi yang didapat melalui wawancara dengan *owner*, karyawan, dan konsumen Batik Lokal CV Bintang Abadi. Penelitian dilakukan pada selama satu minggu pada tanggal 15 Desember -30 Januari 2022. Pada tahap penelitian, peneliti mencoba untuk mengulik lebih dalam sang owner mengenai proses berdirinya CV Bintang Abadi. Setelah itu peneliti mewawancarai 13 karyawan (4 pekerja di bagian melukis batik, 3 pekerja di bagian mewarnai, 4 pekerja lainnya di bagian *packing*, dan 2 pekerja dalam bidang pemasaran) dan 1 konsumen CV Bintang Abadi.

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Peneliti memfokuskan pada 3 aspek utama yang diantaranya strategi komunikasi pemasaran batik, faktor pendukung pemasaran batik serta faktor penghambat pemasaran batik.

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

1. Gambaran CV. Bintang Abadi

CV. Bintang abadi berdiri sejak 2009 didirikan oleh Abdurahman seorang mahasiswa univesitas UIM (Universitas Islam Madura). Sejak semester 9 beliau sudah memulai bisnis kerajinan batik lokal meskipun sedang disibukkan menggarap skripsi. Motivasi *owner* CV Bintang abadi

mendirikan CV tersebut tidak lain untuk melestarikan Batik Lokal yang ada di daerahnya, serta ingin mengenalkan Batik Lokal Khas Madura Pamekasan ke kancah nasional hingga internasional.

CV. Bintang Abadi merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) penjualan yang diterapkan mulai dari tradisional, Penjualan *online*, Pameran hingga bekerja sama dengan beberapa instansi seperti Kemenag dan PT.

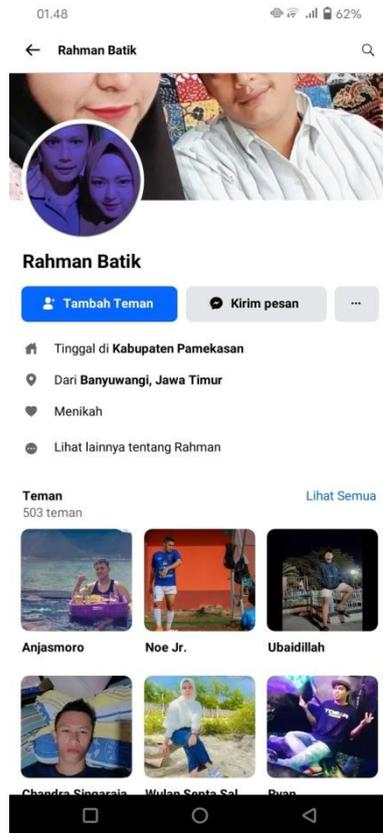
Mulai dikenalnya CV Bintang abadi di kancah nasional sejak 2011 kala itu mengikuti Gelaran Pameran di Bali dalam event festival Nusa Dua dan Expo Bali. Kemudian tahun 2011 Karena Relasi yang baik serta kualitas kain yang bagus dan harga yang terjangkau, membuat konsumen sangat tertarik hingga menjadi langganan para konsumen diluar daerah seperti Bandung, Bali, dan Jakarta. Tidak hanya itu pada tahun 2011, pemasarannya pun sudah mulai melalui media *online* seperti di *facebook*, karena kala itu hanya *facebook* sebagai *Platform* yang mampu mewartakan *marketplace*. Pada tahun 2016, CV Bintang Abadi mulai berkembang dan mampu memasarkan Produk lokalnya ke beberapa negara seperti Malaysia, Arab Saudi, dan sekitarnya hal ini tidak terlepas dari Pemasaran *online* yang semakin marak semakin canggihnya.

Perkembangan zaman menjadi kesempatan Besar pada CV Bintang Abadi untuk memasarkan Batik Lokal Madura. Ada beberapa Platform yang menjadi media Penjualan Online dari CV Bintang Abadi diantaranya Facebook, Instagram, Shopee dengan mempunyai nama akun Rahman Batik pada ketiga platform tersebut. Selain memasarkan produknya

sendiri, juga menjadi pemasok Bagi batik lokal di daerahnya. CV Bintang Abadi mempunyai 13 Orang pekerja yang diantaranya terdiri dari 4 pekerja di bagian melukis batik, 3 pekerja di bagian mewarnai, 4 pekerja lainnya di bagian *packing*, dan 2 pekerja dalam bidang pemasaran. Setiap harinya CV Bintang Abadi hanya mampu menghasilkan 20 hingga 40 batik dikarenakan tingkat kesulitan dalam Membuat batik yang cukup tinggi.

a. Identitas CV Bintang Abadi

Nama CV	Bintang Abadi
Owner	Abdurahman
Status CV	Swasta
Kecamatan	Proppo, Kampung Batik Klampar
Kabupaten/Kota	Pamekasan
Tahun Berdiri	2009
Prestasi	Menjadi Perwakilan Pamekasan di even bali
Jumlah Pekerja	13 orang
No Telepon/ wa	081703962225/082139094755
Akun facebook	Rahman Batik
Akun Instagram	Rahman Batik Madura



Gambar 4.1 Akun Facebook CV Bintang Abadi



Gambar 4.2 Akun Instagram CV Bintang Abadi

CV. Bintang Abadi mempunyai nama akun media sosial yang berbeda dengan nama CV, yaitu nama Rahman Batik pada akun Facebooknya dan Rahman Batik Madura pada akun Instagramnya. Hal tersebut dikarenakan pada awal berdirinya CV ini menggunakan nama perusahaan sesuai dengan nama pemilik perusahaan tersebut, yaitu Bapak Rahman. Lambat laun usaha batik tulis Bapak Rahman terus mengalami kemajuan sehingga akhirnya Bapak Rahman memutuskan untuk mengubah nama perusahaan dengan nama CV. Bintang Abadi. Dikarenakan usaha batik Bapak Rahman sudah tersebar luas dengan nama Rahman Batik pada media sosial, maka nama Rahman Batik tetap dijadikan sebagai nama akun media sosial CV. Bintang Abadi. Sedangkan untuk nama perusahaan di Kecamatan Proppo menggunakan nama CV. Bintang Abadi.

b. Produk CV Bintang Abadi

CV Bintang Abadi memproduksi banyak corak batik untuk disuguhkan kepada pembeli. Dari beberapa corak batik yang diproduksi CV Bintang Abadi tentunya mempunyai ciri dan makna tersendiri yang tergambar dalam batik tersebut. Berikut peneliti akan memaparkan beberapa produk batik yang terdapat di CV Bintang Abadi.







Gambar 4.3 Beberapa Produk CV. Bintang Abadi

c. Cara Pemesanan Produk Batik CV Bintang Abadi

Berikut adalah cara untuk memesan atau membeli produk CV. Bintang Abadi dari media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram.

- 1) Biasanya *customer* akan mengomentari postingan, mengirim pesan melalui kotak pesan facebook atau mengirim melalui DM Instagram CV. Bintang Abadi.
- 2) Kemudian jika *customer* tersebut mengirim pesan dari facebook dan instagram admin akan membalas dan mengarahkannya beralih ke via WhatsApp untuk informasi lebih lanjut.
- 3) Setelah bertanya lewat WhatsApp, biasanya *customer* akan mengirimkan contoh gambar dan pemilihan warna yang ingin mereka pesan.

- 4) Setelah mendapatkan kesepakatan antara *customer* dan pihak CV. Bintang Abadi, maka *customer* akan memberikan uang DP sebesar 50%.
- 5) Lalu setelah proses kesepakatan barulah CV. Bintang Abadi akan memproses pesanan *customer* tersebut.
- 6) Ketika pesanan selesai dibuat, biasanya CV. Bintang Abadi akan mengkonfirmasi kepada *customer* dan meminta untuk melunasi pembayaran.
- 7) Setelah proses pelunasan selesai, barulah produk akan dikirim ke alamat *customer*.

2. Strategi Komunikasi CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik Lokal

Pamekasan mempunyai ciri khas batik tulis yang beragam baik dari tingkat nilai ukirannya yang sangat menarik yang bernilai tinggi. Masyarakat memproduksi batik tulis dengan cara yang masih cukup tradisional, meskipun produksinya tak sebesar kota-kota batik lainnya. Tidak perlu diragukan lagi dalam hal prestasinya di kancah Jawa Timur banyak lagi prestasi lainnya.

Di kampung batik Desa kelampar sangat banyak ditemukan UMKM dan CV yang bernaung dibawahnya, hal ini menunjukkan bahwa pemasran Batik lokal tidak hanya didalam Madura saja tetapi sudah tersebar di berbagai wilayah seperti, Kalimantan, Sumatera Jawa Barat dan sebagainya. Salah satu CV yang sudah sangat dikenal dan mampu menembus pasar luar negeri ialah CV bintang Abadi. CV yang tidak terlalu besar tempatnya

namun mampu menembus pasaran dalam negeri maupun luar negeri.

Seperti kata bapak Abdurahman selaku owner CV Bintang Abadi, yaitu:

“waktu itu, saya masih dalam tahap penyelesaian skripsi dan saya melihat peluang sumber daya di desa saya cukup menjanjikan dan masih tidak tersentuh oleh persaingan. Maka dari itu saya mengambil kesempatan itu untuk mendirikan CV Bintang Abadi ini. Tujuannya tidak lain untuk mengenalkan batik lokal khas Pamekasan ke luar daerah hingga menembus pasar internasional”.⁴¹

Pada tahun 2016, CV Bintang Abadi mulai berkembang dan mampu memasarkan Produk lokalnya ke beberapa negara seperti Malaysia, Arab Saudi, dan sekitarnya hal ini tidak terlepas dari Pemasaran *online* yang semakin menjanjikan. Bapak Arif melanjutkan ceritanya:

“Pada waktu itu, kami mencoba memasarkan produk kami melalui marketplace di facebook karena waktu itu trend jual beli *online* sedang marak penggunaanya di facebook. Alhasil, konsumen semakin banyak hingga mampu menarik minat konsumen di beberapa Negara luar seperti Malaysia dan Arab Saudi”.⁴²



Gambar 4.4 wawancara bersama Bapak Abdurahman

Tahap pembuatan batik CV Bitang Abadi melalui beberapa tahap seperti pelukisan, mewarnai, packing, dan bagian yang terpenting yaitu pemasaran. Akan tetapi pembuatan batik tidaklah semudah yang dibayangkan kebanyakan orang karena butuh ketelatenan dan konsentrasi

⁴¹ Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

⁴² Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

tinggi dalam proses pembuatannya, terlebih dalam proses yang paling rumit yaitu proses pelukisan dan mewarnai. Seperti apa yang dikatan oleh satu karyawan CV Bintang Abadi yang berada di bidang pelukisan/pembatikan, Ibu Maesaroh:

“Sebenarnya pekerjaan membatik tidak sesulit yang orang kira, hanya saja proses pengerjaannya menghabiskan waktu yang cukup lama karena butuh ketelatenan untuk mendapatkan hasil yang maksimal, disini biasanya dalam seharinya itu mas, bisa menghasilkan kisaran 20 sampai 40 an batik mas”.⁴³



Gambar 4.5 wawancara bersama Ibu Maesaroh

Sebelum melakukan proses komunikasi untuk mempromosikan produknya, CV Bintang Abadi telah menetapkan strategi komunikasi sesuai model komunikasi pemasaran IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek dan umpan balik.

Pertama, sumber informasi atau komunikator dalam proses promosi produk CV Bintang Abadi ini adalah pemilik atau *owner* CV Bintang Abadi, yaitu Abdurahman. Kedua, dalam menyampaikan pesan atau informasi CV Bintang Abadi memberikan informasi atau *caption* yang menarik dan jelas agar para calon konsumen mudah memahaminya.

⁴³ Ibu Maesaroh, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

Dalam hal itu CV Bintang Abadi memberikan postingan gambar produk yang bagus disertai *caption* yang menarik dan juga detail produk yang diposting tersebut. Ketiga, dalam mempromosikan produk Batiknya CV Bintang Abadi melalui media internet, yaitu media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram. Keempat, target sasaran atau penerima pesan CV Bintang Abadi adalah masyarakat umum, mulai dari kalangan remaja sampai kalangan orang dewasa. Kelima, efek yang ditimbulkan dari promosi CV Bintang Abadi adalah komentar atau respon calon pembeli. Sejauh ini produk CV Bintang Abadi sudah tersebar cukup luas melalui media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram. Kemudian yang terakhir yaitu umpan balik, setelah melakukan promosi melalui media sosial, CV Bintang Abadi mulai mendapatkan *customer* dari luar daerah, luar kota bahkan ada yang sampai luar negeri.

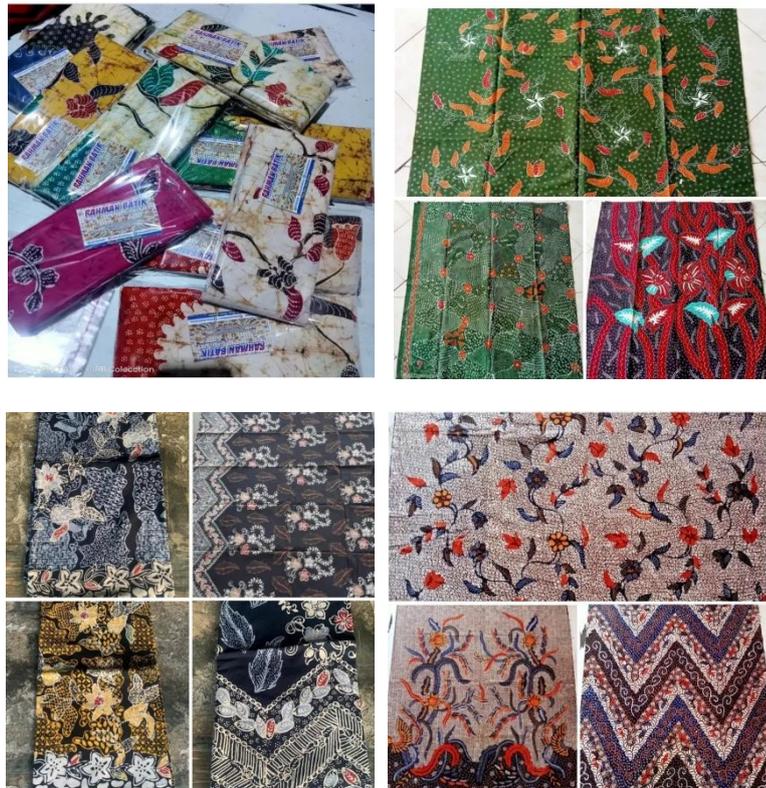
a. Analisis Aktivitas Komunikasi Pemasaran CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik

Sesuai dengan paparan data peneliti pada bab III, aktivitas komunikasi pemasaran CV Bintang Abadi dalam mempromosikan produk Batik yaitu:

1) Mengambil foto produk

Mengambil foto produk adalah langkah awal yang perlu dilakukan pemilik usaha untuk mempromosikan produknya terutama jika melalui media sosial, seperti yang dilakukan oleh CV Bintang Abadi. Foto produk inilah yang nantinya akan diunggah di media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram.

Dengan mengunggah foto produk tentu CV Bintang Abadi bermaksud untuk memberi tahu dan menarik para calon konsumen serta memamerkan produknya. Dengan mengandalkan alat seadanya yaitu *handphone* CV. Bintang Abadi mampu mengambil foto produk dengan menarik dan detail.



Gambar 4.6 Detail Produk CV. Bintang Abadi

Aktivitas ini termasuk dalam periklanan atau *advertising* dalam komunikasi pemasaran terpadu. Seperti ungkapan salah satu karyawan CV Bintang Abadi yang bertugas dalam bidang pemasaran, Nur Laili:

“Kalau biasanya dalam pemasarannya, kami menggunakan promosi melalui beberapa media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram. Dalam proses pemasarannya kami membuat promosi se menarik mungkin agar konsumen tertarik untuk membeli produk kami, salah satu yang paling

penting ialah ketika memamerkan foto hasil batik yang kami buat, pengambilan foto yang menarik akan lebih menggiurkan ketimbang pengambilan foto yang asal-asalan”.⁴⁴



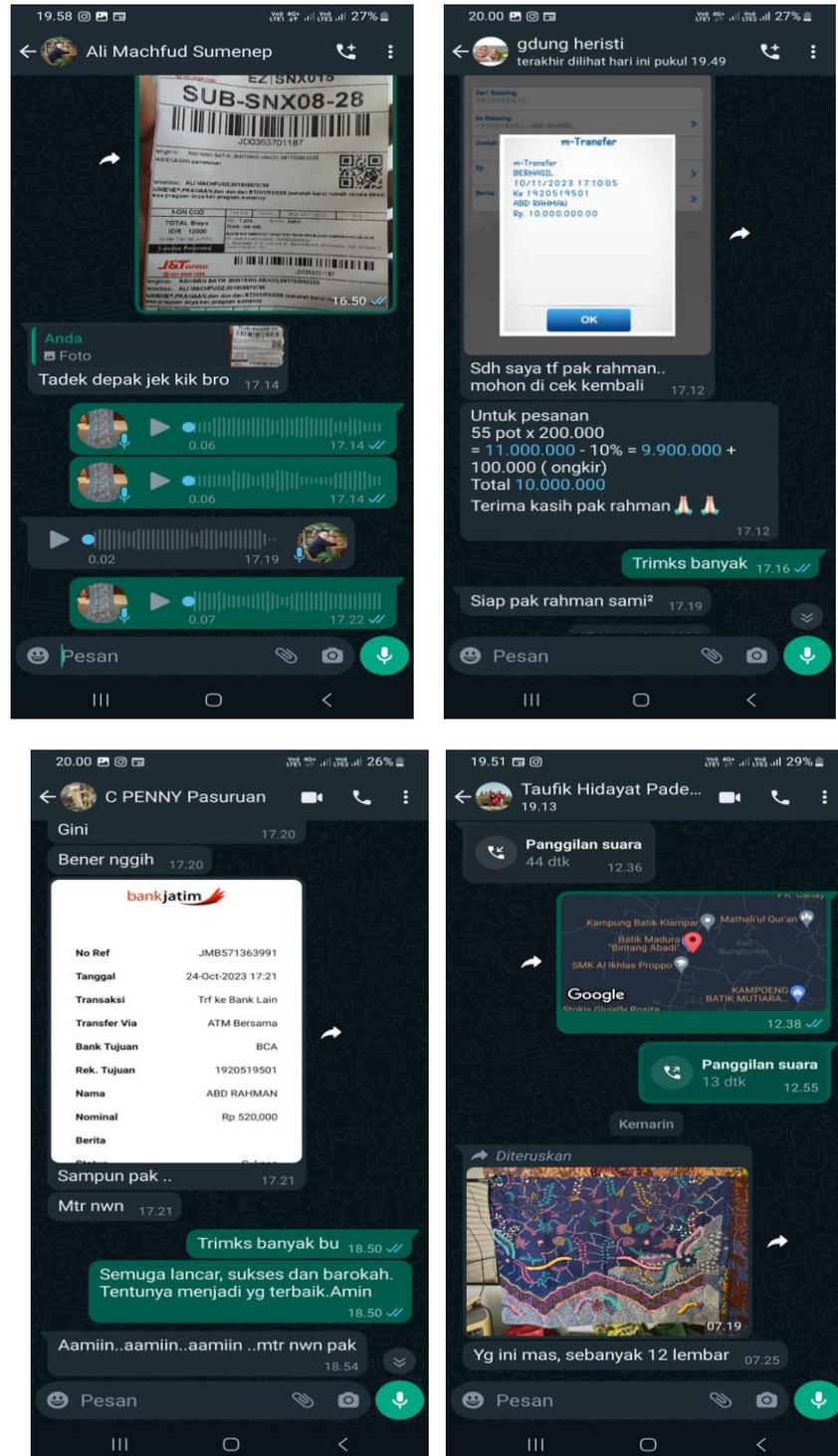
Gambar 4.7 wawancara bersama Nur Laili

Berdasarkan paparan data diatas, peneliti melihat hal itu sudah berjalan cukup baik. Dilihat dari postingan di media sosialnya, CV Bintang Abadi telah menampilkan foto produk yang bagus, detail dan bisa memperlihatkan bentuk produk dengan baik.

2) Menggunakan media sosial WhatsApp sebagai media promosi

Media sosial ialah wadah yang mudah dan terjangkau untuk mempromosikan produk dagang. Dengan menggunakan media sosial modal yang dikeluarkan untuk promosi bisa lebih murah dan jangkauan pembelinya juga bisa lebih luas. Media sosial WhatsApp adalah yang pertama kali dipilih untuk mempromosikan produknya.

⁴⁴ Nur Laili, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)



Gambar 4.8 Beberapa bukti transaksi dengan pelanggan via whatsapp

Langkah ini merupakan kegiatan periklanan dan pemasaran langsung dalam komunikasi pemasaran terpadu, karena mediasosial termasuk media iklan atau promosi produk

yang berhubungan langsung dengan konsumen dan terlihat langsung oleh konsumen.

Berdasarkan paparan data diatas, peneliti melihat hal itu sudah berjalan cukup baik. CV Bintang Abadi melakukan beberapa aktivitas strategi komunikasi melalui penggunaan sosial media WhatsApp, antara lain isinya sebagai berikut; membuat profil usaha dan katalog, mengunggah foto produk di fitur WhatsApp *Story*, serta memberikan deskripsi produk atau *caption* yang menarik pada setiap postingannya di WhatsApp *Story*. Sebagai karyawan yang bertugas di bidang pemasaran Nur Laili juga menambahkan:

“kalau ditanya seberapa pengaruhnya promosi dengan whatsapp ya tentu pastinya whatsapp menjadi alat yang paling sering digunakan oleh konsumen untuk memesan batik lokal ini, ya mungkin karena penggunaannya yang bisa dikatakan lebih mudah, simple, dan sederhana ketimbang lewat platform-platform lainnya seperti facebook dan instagram”.⁴⁵

Dalam kesempatan tersebut, peneliti juga meminta salah satu konsumen yang kebetulan pada saat itu merupakan konsumen yang membeli produk lewat tanya-tanya seputar produk lewat whatsapp terlebih dahulu. Berikut hasil wawancara bersama Bapak Hamdi yang merupakan seorang penjahit baju asal pamekasan, mengatakan:

“Dulu, waktu pertama kali beli itu ceritanya saya dapat edaran-edaran di grup whatsapp dan sepertinya saya cukup tertarik dengan gambar yang ada di dalamnya, dari ketertarikan itu membuat saya tak sungkan untuk

⁴⁵ Nur Laili, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

menghubungi nomer yang tertera pada edaran tersebut. Percakapan dengan adminnya membuat saya makin penasaran untuk melihat secara langsung batik yang ada di proppo ini. lah dari situ akhirnya saya jadi sering langganan disini mas sampai sekarang”.⁴⁶



Gambar 4.9 wawancara bersama Bapak Hamdi

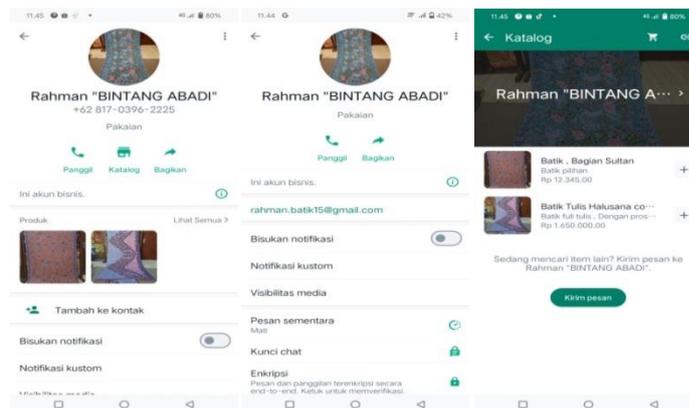
CV. Bintang Abadi memiliki beberapa strategi dalam mempromosikan produknya melalui media sosial WhatsApp, yaitu sebagai berikut:

a) Membuat Profil Usaha dan Katalog di Akun WhatsApp

Terdapat beberapa macam produk dalam media sosial WhatsApp, salah satunya adalah WhatsApp *Business* yang memiliki beberapa fungsi yang berbeda dengan WhatsApp Personal. Seperti namanya, WhatsApp *Business* memang ditujukan untuk para pelaku usaha dimana WhatsApp jenis ini memiliki fitur yang mempermudah proses pemesanan antara pemilik usaha dan pelanggan atau konsumen. Salah satu fitur tersebut adalah tersedianya tempat untuk membuat profil usaha dan katalog produk dalam akun tersebut.

⁴⁶ Bapak Hamdi, Pembeli CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

“Pada waktu itu, awal-awal usaha kami memasarkan produk kami melalui WhatsApp biasa itu mas, terus ada temen yang ngenalin WhatsApp *Business* yang katanya memang untuk bisnis, dan ternyata benar dalam WhatsApp *Business* terdapat fitur yang dirancang khusus untuk berbisnis, akhirnya kami menggunakan WhatsApp *Business* sampai sekarang”.⁴⁷



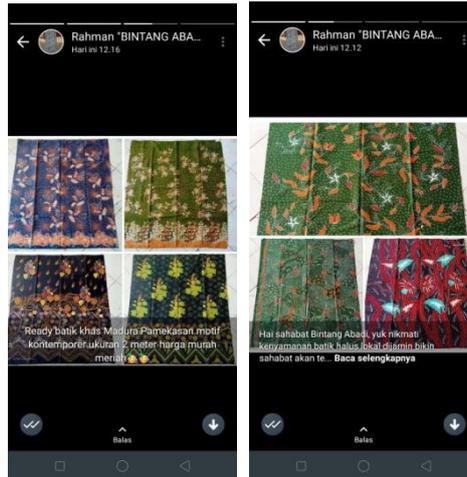
Gambar 4.10 Tampilan Profil dan Katalog CV. Bintang Abadi di Akun WhatsApp

Pada gambar di atas terlihat bahwa CV. Bintang Abadi telah membuat profil usaha mulai dari nama, produk, harga dan alamat email.

b) Mengunggah Foto Produk di Fitur WhatsApp *Story*

Berbeda dengan fitur profil dan katalog yang bisa menetap di akun WhatsApp, dalam fitur WhatsApp *Story* foto yang diunggah hanya bertahan satu hari saja atau selama 1 kali 24 jam. Dengan waktu yang terbatas tersebut maka CV. Bintang Abadi cukup aktif mengunggah foto produknya, dengan begitu informasi yang diberikan kepada pelanggan juga lebih *update* dan para pelanggan juga bisa melihatnya setiap hari.

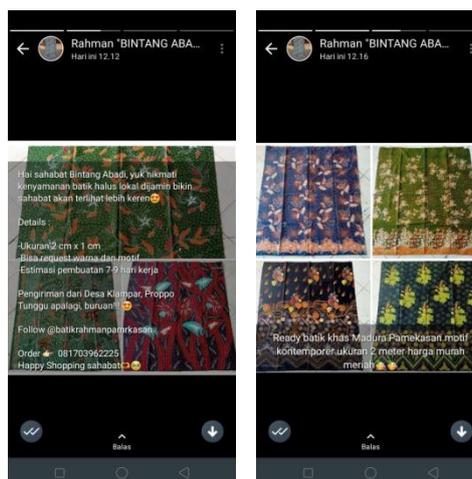
⁴⁷ Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)



Gambar 4.11 Tampilan WA Story CV. Bintang Abadi di Akun WhatsApp

- c) Memberikan Deskripsi Produk atau *Caption* yang Menarik Pada Setiap Postingannya di WhatsApp Story.

Selain hanya mengunggah foto produk, memberikan deskripsi dan *caption* yang menarik adalah suatu hal penting yang dilakukan oleh CV. Bintang Abadi, dengan begitu para calon konsumen akan tertarik dan bisa memahami maksud dari foto tersebut adalah untuk mempromosikan produknya.



Gambar 4.12 Deskripsi pada WA Story CV. Bintang Abadi

Dari beberapa aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan CV Bintang Abadi tersebut cukup menarik calon konsumen, pasalnya CV Bintang Abadi selalu menampilkan gambaran produk dengan menarik serta dengan menggunakan media WhatsApp ini bisa menjangkau banyak orang hanya dengan menggunakan *handphone*.

3) Menggunakan media sosial Facebook sebagai media promosi

CV Bintang Abadi memilih facebook sebagai media kedua yang digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan produknya dengan jangkauan calon konsumen yang lebih luas dibandingkan dengan WhatsApp. Komunikasi pemasaran dalam langkah merupakan kegiatan periklanan (*advertising*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) dalam komunikasi pemasaran terpadu, karena media sosial termasuk media iklan atau promosi produk yang berhubungan langsung dengan konsumen dan terlihat langsung oleh konsumen.

Keberadaan *facebook* sebagai alat promosi batik lokal milik Pak Abdurahman cukup berguna untuk menarik para pelanggan-pelanggan dari luar daerah karena jangkauannya yang lebih luas dari whatsapp. Seperti apa yang dikatakan oleh Robi yang juga bertugas di bidang pemasaran produk batik CV Bintang Abadi, Robi mengatakan:

“untuk pemasaran selain menggunakan whatsapp disini kami juga menggunakan *facebook* sebagai alat untuk

memasarkan produk kita. sebetulnya kalau *facebook* ini lebih ke pemasaran yang target pemasarannya luar daerah ya mas mengingat jangkauannya *facebook* itu kan lebih luas ketimbang *whatsapp*.”⁴⁸



Gambar 4.13 wawancara bersama Robi

CV Bintang Abadi melakukan beberapa aktivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial *facebook*, diantaranya adalah membagikan atau mengunggah foto produk di fitur *Feeds* Facebook, mengunggah foto di Facebook *Story*. Hal ini cukup menarik, pasalnya beberapa aktivitas yang dilakukan CV Bintang Abadi dalam media sosial Facebook ini bisa menjangkau lebih banyak orang. Postingan yang disajikan pun juga menarik, mulai dari foto yang detail serta *caption* atau deskripsi produk yang jelas.

CV. Bintang Abadi mempunyai beberapa strategi dalam mempromosikan produknya melalui media sosial *Facebook*, yaitu:

⁴⁸ Robi, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

a) Membagikan atau Mengunggah Foto Produk di *Feeds Facebook*

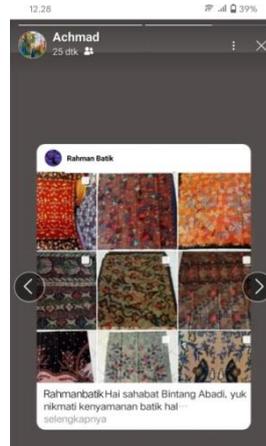
Mengunggah foto produk pada akun facebook dilakukan CV. Bintang Abadi untuk memberitahukan kepada pengguna *facebook* lain mengenai produk yang mereka tawarkan.



Gambar 4.14 Postingan CV. Bintang Abadi di Akun Facebook

b) Mengunggah Foto di Facebook *Story*

Selain mengunggah foto di *feeds* Facebook CV. Bintang Abadi juga mengunggah foto produknya di Facebook *story* karena dengan membuat *story* maka akun CV. Bintang Abadi akan selalu terlihat oleh pengguna lain. Biasanya dengan membuat postingan di fitur Facebook *Story*, akun CV. Bintang Abadi akan muncul dibagian atas pada halaman beranda Facebook pengguna lain yang berteman dengan akun @Rahman_Batik. Dengan begitu foto yang diunggah pun juga akan dilihat oleh pengguna lain atau para calon konsumen.



Gambar 4.15 Postingan CV. Bintang Abadi di Story Facebook

4) Menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi

Media sosial ketiga yang dipilih CV Bintang Abadi dalam mempromosikan produknya adalah Instagram, tujuannya adalah untuk lebih memperluas jangkauan calon konsumennya. Dalam Instagram terdapat beberapa fitur yang membantu CV Bintang Abadi dalam mempromosikan atau memamerkan produknya, diantaranya adalah penggunaan tagar pada postingan, fitur *Instagram story* dan fitur *highlight*. Langkah ini termasuk kegiatan periklanan (*advertising*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) dalam komunikasi pemasaran terpadu karena media sosial termasuk media promosi atau iklan produk yang berhubungan langsung dengan konsumen dan terlihat langsung oleh konsumen. Untuk kegiatan pemasaran melalui Instagram Robi mengatakan:

“kalau Instagram ya hampir setara dengan Facebook lah mas, gunanya untuk penggunaan jangkauan yang lebih luas, cuman Instagram ini ya untuk mengikuti perkembangan zaman aja karena kita tidak bisa hanya mengandalkan alat-alat yang ada jika mau lebih luas pemasarannya, kita harus pandai-pandai curi peluang

agar produk kita tidak kalah saing sama yang lain mas".⁴⁹

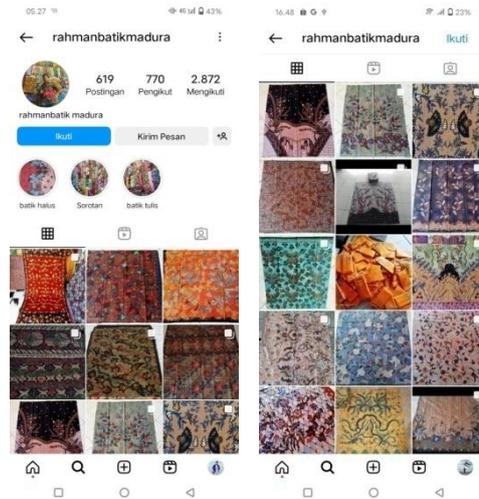
CV Bintang Abadi memiliki beberapa strategi dalam mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram, yaitu; mengunggah foto produk yang menarik, memberikan *caption* yang detail pada postingan, memberikan tagar atau *hashtag* pada postingan, serta mengunggah detail produk.

CV. Bintang Abadi memiliki beberapa strategi dalam mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram, yaitu :

a. Mengunggah Foto Produk yang Menarik

Mengunggah foto pada Instagram adalah hal penting yang harus dilakukan pemilik akun dalam mempromosikan produknya, dengan memperlihatkan foto produk maka calon konsumen akan mengetahui produknya. Semakin banyak foto produk yang diunggah akan semakin bagus, karena dengan lebih banyak koleksi foto juga lebih banyak pilihan produk yang ditawarkan, hal itu tentu akan semakin menarik minat calon konsumen. Pemilihan fotonya pun juga perlu diperhatikan agar calon konsumen bisa tertarik dengan produknya.

⁴⁹ Robi, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)



Gambar 4.16 Postingan CV. Bintang Abadi di Akun Instagram

b. Memberikan *Caption* yang Detail pada Postingan

Dengan memberikan *caption* pada postingan adalah langkah kedua yang dilakukan CV. Bintang Abadi saat mengunggah foto produknya, dengan begitu para calon konsumen bisa memahami maksud dari foto tersebut adalah untuk mempromosikan produknya.



Gambar 4.17 Postingan Caption CV. Bintang Abadi di *Feeds* Instagram

c. Memberikan Tagar atau *Hashtag* pada Postingan

Memberikan *hashtag* atau tagar akan membantu memperluas postingan pada Instagram. Hal ini juga bisa membantu menyebarkan informasi produk yang ditawarkan menjadi lebih cepat, karena ketika postingan tersebut diberi tagar maka pengguna lain juga bisa mencari postingan konten yang sama hanya dengan mengklik tagar yang tersedia.



Gambar 4.18 Postingan hastag CV. Bintang Abadi di *Fedds* Instagram

Dari paparan data diatas, peneliti melihat bahwa aktivitas promosi CV. Bintang Abadi dalam media Instagram ini berjalan cukup baik dan juga efektif. CV Bintang Abadi sudah memberikan postingan yang bisa menarik calon konsumen, selain itu juga menampilkan bukti pengiriman juga testimoni kepada calon konsumen yang bisa menambah kepercayaan terhadap CV Bintang Abadi.

5) Menerapkan sistem pemasaran MLM (Mulut ke Mulut)

Sistem MLM dilakukan oleh *owner* kepada *reseller* untuk memasarkan produknya dengan memberikan komisi dan upah target. Bapak Abdurahman selaku *owner* CV. Bintang Abadi melakukan berbagai upaya agar produknya bisa tersebar luas dan banyak konsumennya, beliau menjelaskan:

“ya disini juga mengandalkan MLM untuk lebih memperluas jangkauan konsumen batik kami, dan hasilnya pun tidak mengecewakan ya”.⁵⁰

6) Memberikan diskon kepada konsumen

Dalam mempromosikan produk CV Bintang Abadi juga memberikan diskon kepada pelanggan maupun *customer* baru. Hal itu dilakukan untuk menarik minat konsumen, meningkatkan penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan lama. Biasanya CV Bintang Abadi memberikan diskon di Hari Jum’at, hari ulang tahun CV Bintang Abadi , hari ulang tahun Republik Indonesia, hari guru dan hari besar tertentu lainnya. Bapak Abdurahman sebagai *Owner* CV Bintang Abadi mengatakan:

“terus, strategi lainnya dari toko kami yaitu memberlakukan diskon pada produk kami pada moment-moment tertentu, seperti bulan romadhon, lebaran, pada bulan kemerdekaan mas, ya tujuannya biar lebih ada yang berbeda aja sih dari kami, siapa tahu dengan cara adanya diskon ini bisa dapat pelanggan baru”.⁵¹

Pada bagian ini merupakan promosi penjualan atau

⁵⁰ Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

⁵¹ Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

sales promotion dalam pendekatan strategi komunikasi pemasaran, karena pada langkah ini termasuk kegiatan pemasaran yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dengan cara memberikan potongan harga seperti diskon dan pembelian produk.

Berdasarkan paparan data diatas, memberikan diskon kepada pelanggan maupun *customer* baru adalah hal yang tepat dilakukan oleh CV Bintang Abadi. Dengan memberikan diskon kepada calon konsumen maka promosi penjualan akan lebih menarik dan pesanan produk Batik yang masuk juga akan bertambah.

3. Analisis Faktor Pendukung CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik Lokal

Pada fokus kedua, peneliti akan mengulas mengenai faktor pendukung dalam proses pemasaran batik lokal CV Bintang Abadi. Berikut ini peneliti akan memaparkan data hasil wawancara bersama owner dan beberapa karyawan CV Bintang Abadi sebagai narasumber. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Abdurahman selaku owner CV Bintang Abadi:

“sejauh ini alhamdulillah sih mas dalam pemasaran batik ini bisa dibilang cukup berhasil, ya mungkin beberapa strategi kami berjalan dengan baik seperti salah satunya kami mempunyai target pasar yang tepat di beberapa media sosial gitu mas, selain itu mungkin harga yang relatif terjangkau pada produk kami dirasa sangat cocok dengan selera pembeli-pembeli kami gitu mas”.⁵²

⁵² Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

Selain itu, kami juga mewawancarai Robi selaku karyawan yang bertugas pada bidang pemasaran di CV Bintang Abadi. Berikut petikan wawancaranya:

“kalau menurut saya yang menjadi faktor pendukung atas ramainya pembeli batik disini tidak terlepas dari cara pemasarannya yang bisa dikatakan berhasil mas, akses internet yang mudah saya rasa dapat membuat penjualan menjadi lebih efektif dan efisien”.⁵³

Agar data yang kami dapat lebih akurat, kami juga mewawancarai karyawan lainnya yang juga bertugas dalam bidang pemasaran, Nur Laili. Berikut hasil wawancaranya:

“menurut saya yang menjadi faktor pendukung larisnya batik disini tidak terlepas dari jangkauan pasar yang luas, karena dengan begitu konsumen yang kita dapat tidak hanya dari penduduk sekitar saja, melainkan konsumen-konsumen luar daerah bahkan konsumen luar negeri juga tertarik dan membeli produk kita. jadi, keberadaan media sosial ini sangat membantu sekali sih pada kita”.⁵⁴

Dari data yang peneliti peroleh dari narasumber, faktor pendukung pada penjualan batik lokal CV Bintang Abadi yaitu kemudahan promosi dengan adanya media sosial sehingga dapat menjangkau konsumen-konsumen luar daerah bahkan sampai luar negeri. Selain itu harga batik yang terjangkau pada CV Bintang Abadi juga menjadi faktor suksesnya penjualan CV Bintang Abadi.

4. Analisis Faktor Penghambat CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik Lokal

Pada fokus ketiga ini, peneliti juga akan mengulas mengenai faktor penghambat dalam proses pemasaran batik lokal CV Bintang Abadi.

⁵³ Robi, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

⁵⁴ Nur Laili, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

Berikut ini peneliti akan memaparkan data hasil wawancara bersama owner dan beberapa karyawan CV Bintang Abadi sebagai narasumber.

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Abdurahman selaku owner CV Bintang Abadi:

“kalau berbicara faktor yang menjadi penghambat penjualan disini ya mungkin karena letak toko yang terpencil sehingga tidak banyak orang yang tahu kecuali memang sudah pernah membeli disini sebelumnya, juga ini mas, disini itu kekurangan karyawan di bidang pemasaran sehingga ya harus saya sendiri yang harus turun tangan untuk menjual dan memasarkan produk ini”.⁵⁵

Selain itu, kami juga mewawancarai Robi selaku karyawan yang bertugas pada bidang pemasaran di CV Bintang Abadi. Berikut petikan wawancaranya:

“faktor penghambatnya penjualan batik disini, dari segi pemasaran ya, mungkin kurang menariknya foto produk kami atau mungkin lebih tepatnya mungkin kurang menariknya pamflet penjualan kami di media sosial sehingga banyak pengguna media sosial itu yang melewatkan kami ketika melihatnya di media sosial mereka”.⁵⁶

Agar data yang kami dapat lebih akurat, kami juga mewawancarai karyawan lainnya yang juga bertugas dalam bidang pemasaran, Nur Laili. Berikut hasil wawancaranya:

“menurut saya pribadi, mungkin cara pemasaran kami tidak seheboh pemasaran-pemasaran produk ternama seperti dealer dan toko HP sih mas, jadi masih bisa dikatakan cara promosi kami masih kurang waahhh gitu”.⁵⁷

Dari data yang peneliti peroleh dari narasumber, faktor penghambat pada penjualan batik lokal CV Bintang Abadi yaitu tenaga foto produk yang terbatas sehingga foto produk CV Bintang Abadi kurang menarik di

⁵⁵ Abdurahman, Owner CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

⁵⁶ Robi, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

⁵⁷ Nur Laili, Karyawan CV Bintang Abadi Pamekasan, wawancara langsung (23 April 2023)

media sosial, selain itu tenaga promosi dari berbagai media sosial terbatas sehingga tidak bisa melakukan promosi yang besar-besaran seperti produk-produk ternama, juga lokasi toko yang sulit dijangkau juga menjadi salah satu faktor penghambat dari penjualan batik lokal CV Bintang Abadi.

B. Pembahasan

Dari data yang diperoleh peneliti menggunakan berbagai metode, baik wawancara, observasi, maupun dokumentasi saat melakukan penelitian pada CV Bintang Abadi. Adapun beberapa hasil wawancara yang peneliti peroleh dari owner dan karyawan CV Bintang Abadi mengenai strategi dalam mempromosikan batik lokal mendapatkan hasil bahwa strategi pemasaran yang dilakukan CV Bintang Abadi terbilang sukses, terlihat dari:

1. Strategi CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik Lokal

Strategi adalah rencana tentang apa yang ingin dicapai atau hendak menjadi apa suatu organisasi di masa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (rute). *Siagian* menyebut bahwa strategi merupakan caracara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu lembaga (orang) untuk mencapai tujuan dan berbagai sasarannya.⁵⁸

Sejauh ini produk CV Bintang Abadi sudah tersebar cukup luas melalui media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram. Kemudian

⁵⁸ Sondong P. Siagian, *Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 15.

yang terakhir yaitu umpan balik, setelah melakukan promosi melalui media sosial, CV Bintang Abadi mulai mendapatkan *customer* dari luar daerah, luar kota bahkan ada yang sampai luar negeri.

2. Faktor Pendukung CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik Lokal

Dalam proses komunikasi pemasaran akan selalu ada faktor pendukung dan penghambatnya, seperti yang dihadapi oleh CV Bintang Abadi dalam proses mempromosikan produknya.

Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan CV Bintang Abadi dalam mempromosikan produk Batik sudah terlaksana dengan baik yang meliputi, pengambilan foto produk, menggunakan media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram sebagai media promosi serta memberikan diskon kepada konsumen. Aktivitas pemasaran tersebut akan semakin baik karena didukung oleh biaya promosi yang terjangkau, akses internet yang mudah serta memiliki target pasar yang luas.

Menurut analisis peneliti yang diambil berdasarkan data yang telah peneliti temukan, faktor pendukung yang dihadapi CV Bintang Abadi dalam mempromosikan produknya yaitu biaya promosi yang terjangkau, akses internet yang mudah dan target pasar yang tepat. CV Bintang Abadi menggunakan media sosial sebagai media promosi yang efektif dan efisien, karena selain biaya promosi yang terjangkau media sosial juga bisa menjangkau lebih banyak calon konsumen.

3. Faktor Penghambat CV Bintang Abadi dalam Mempromosikan Produk Batik Lokal

Selain faktor pendukung yang diatas, terdapat juga faktor penghambat yang dihadapi CV Bintang Abadi ini diantaranya lokasi toko yang sulit dijangkau serta masih kekurangan tenaga kerja dalam proses pemasaran sehingga beberapa aktivitas komunikasi pemasarannya menjadi terbatas.

Kemudian menurut data yang telah peneliti temui, menunjukkan faktor penghambat yang dihadapi CV Bintang Abadi dalam mempromosikan produknya yaitu tenaga foto produk yang terbatas, tenaga promosi dari berbagai media sosial terbatas, lokasi toko yang sulit dijangkau. Menurut analisis peneliti, proses promosi CV Bintang Abadi ini dilakukan sendiri oleh *owner* CV Bintang Abadi karena kurangnya tenaga kerja dalam proses mempromosikan dan memasarkan produknya sehingga sebagian aktivitas komunikasi pemasarannya menjadi terbatas.