

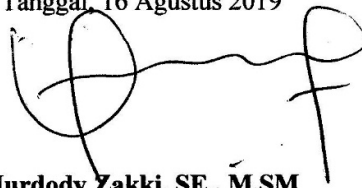
**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN ONLINE SENTRA BATIK
MADURA APOLLO DI KABUPATEN SUMENEP**

Artikel Skripsi
Program Studi : Manajemen

Diajukan Oleh :
SITI HARTINAH
NPM : 715.2.1.1769

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2019**

Telah Disetujui
Dosen Pembimbing
Tanggal 16 Agustus 2019



Nurdody Zakki, SE., M.SM
NIDN: 0721038301

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Hartinah
NPM : 715.2.1.1769
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive
Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN ONLINE SENTRA BATIK
MADURA APOLLO DI KABUPATEN SUMENEP**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti
Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat,
dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep
Pada tanggal : 18 Agustus 2019
Yang menyatakan



(Siti Hartinah)

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN ONLINE SENTRA BATIK MADURA APOLLO DI KABUPATEN SUMENEP

Oleh
Siti Hartinah
Dosen Pembimbing
Nurdody Zakky, SE., M.SM

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja

E-mail : hartisuhartini93@gmail.com

E-mail : dodyk.zacky@wiraraja.ac.id

Abstrak

Strategi pemasaran online merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang bisa dapat digunakan melalui media internet. Pengembangan merupakan usaha terencana bagi pengorganisasian untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan dalam memasarkan produk untuk melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui strategi pengembangan pemasaran *online* pada Sentra Batik Madura Apollo dan mengetahui apa yang harus dilakukan dalam menghadapi persaingan pemasaran *online*.

Penelitian ini dilakukan terhadap toko batik Apollo Madura dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu untuk penentuan informan tidak berdasarkan pedoman atau didasarkan perwakilan populasi, namun berdasarkan ke dalam informan yang dibutuhkan. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan suatu usaha pemasaran *online* harus memiliki beberapa strategi yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan, yaitu menggunakan *marketing mix* 4P, *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Dalam penerapan pemasarannya menggunakan analisis SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari strategi pengembangan seorang pengusaha harus lebih ditekankan pada ide usaha bisnis terutama dalam berbisnis memasarkan produknya melalui *online*.

Kata Kunci : strategi pemasaran online, pengembangan dan persaingan bisnis

Abstract

Online marketing strategy is a marketing communication activity using internet media. Development is a planned effort from the organization to increase knowledge, skills and abilities in marketing products through social media. This study aims to determine the development strategy of online marketing at Madura Apollo Sentra Batik and to know what to do in the face of online marketing competition.

This research was conducted on the Apollo Madura batik shop by using purposive sampling method, namely the determination of informants not based on guidelines or based on population representation, but based on the informants needed. The validity test of the data used in this study is triangulation analysis.

The results of the study show that in running an online marketing business must have several strategies that are very influential on increasing sales, namely using 4P marketing mix, product, price, place and promotion. In the application of marketing using SWOT analysis, namely strengths, weaknesses, opportunities and threats. From the strategy of developing an entrepreneur, it must be more emphasized on business ideas, especially in business, to market their products online.

Keywords: *online marketing strategies, development and business competition*

Pendahuluan

Indonesia adalah Negara yang kaya akan budaya dan banyak dikenal di seluruh mancanegara. Salah satu diantaranya yaitu kerajinan batik. Batik merupakan hasil ciptaan dari intelektual manusia yang ciri khas dari suatu setiap daerah. Banyak bermacam motif batik yang memiliki nilai seni cukup tinggi dan mempunyai nilai filosofi tersendiri dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Batik merupakan warisan kebudayaan, kekayaan seni yang ada pada masa lampau, yang telah menjadikan negara Indonesia sebagai memiliki ciri khas di yang ada di seluruh mancanegara.

Dari Sentra Batik Madura Apollo khususnya di Kabupaten Sumenep sebagai tempat produksi berbagai macam batik ingin menjalankan pengembangan pemasaran melalui online. Sentra Batik Madura Apollo merupakan Sentra Batik yang sangat *booming* di Kecamatan Kota Sumenep, Madura yang harus bisa untuk dapat memanfaatkan peluang usaha yang prospektif dan sejalan dengan pertumbuhan ekonomi kedepannya, dari pendapatan perkapita dan *trend* dunia mode busana yang ditawarkan melalui media online, serta gaya hidup penduduk yang ada di Kabupaten Sumenep. Dari peningkatan hasil volume penjualan yang terus tinggi harus diperlukan usaha yang sangat sungguh-sungguh dalam menghadapi bidang pemasaran terutama yaitu pemasaran online antara lain dengan mempertahankan mutu dan produk yang ditawarkan di pasaran, harga yang selalu bersaing serta, di dukung dengan berbagai banyak promosi. Dari hasil permasalahan yang dibahas diatas untuk hasil banyaknya seorang pedagang toko pakaian terutama di Sentra Batik Madura Apollo sekarang telah beralih pada media online, karena dari masyarakat sekitar adanya media sosial pemasaran online lebih praktis dan cepat. Dari hasil perkembangan teknologi yang mulai

berkembang semakin pesat yang digunakan tidak hanya untuk melakukan untuk tukar-menukar informasi baik itu berita dan semacamnya, namun pada saat ini informasi teknologi sudah mulai karena hanya digunakan untuk menambah dan memajukan dunia beserta bisnis yaitu media online.

Dalam menghadapi persaingan antar pesaing yang sama-sama menjalankan bisnis melalui media online sebagai pengusaha harus cerdas dalam menciptakan ikatan yang tertentu antara lain dari hasil produk batik Apollo yang ditawarkannya kepada para konsumen. Setiap perusahaan harus dapat bekerja keras untuk dapat menciptakan hasil dari hasil kebijakan-kebijakan yang menentukan strategi-strategi baru untuk menjalankan pengembangan bisnis dalam memasarkan produk batik Apollo terhadap konsumen.

Dari strategi pengembangannya seorang pengusaha harus memiliki ide usaha bisnis yang muncul dari orang-orang lain dengan keberhasilannya dalam berbisnis melalui media online. Dan setelah itu harus pemilik atau pengusaha menyusun konsep-konsep yang akan dilakukan dalam menjalankan bisnis tersebut.

Tinjauan Pustaka

Setiap produsen yang selalu berusaha untuk dapat melalui produk yang dihasilkannya, dapatlah tujuan dari sasarannya yang tercapai. Produk yang dapat dihasilkan harus terjual atau dibeli oleh konsumen maupun pelanggan toko batik Apollo yang ada di Sumenep Madura dengan akhir tingkat harga yang sangat memberikan keuntungan oleh perusahaan jangka panjang. Melalui hasil pada produk yang tidak harus dapat dijual oleh perusahaan dapat menjaga kestabilan usahanya dan berkembang pesat yang ada di pasaran. Dari konsep pemasaran yaitu kegiatan pemasaran untuk merencanakan hasil pencapaian serta tujuan perusahaan merupakan hasil kepuasan pelanggan dalam membeli produk yang dijualnya melalui ke pengecer. Segala hasil aktivitas yang dapat menganut konsep pemasaran online harus diarahkan untuk memenuhi dari hasil kebutuhan tersebut.

Pengetian pemasaran menurut (Basu Swastha 2016:8) yang merupakan suatu sistem pemasaran keseluruhan dari kegiatan bisnis online yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga jual produk batik, mempromosikan hasil produk batik dan mendistribusikan barang dan jasa melalui JNE yang dapat bisa memuaskan kebutuhan konsumen baik kepada pembeli maupun pembeli potensial. Tujuan tersebut hanya harus dapat dicapai untuk melalui berbagai macam usaha yang dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan dan laba terhadap perusahaan dengan mempertahankan dan hasil meningkatkan penjualannya. Tujuan ini dapat dicapai melalui apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan berbagai macam strategi yang baik untuk menggunakan kesempatan dari peluang yang ada dalam strategi pemasaran. Strategi pemasaran dapat dikelompokkan, menjadi berbagai macam, di antaranya yaitu (1) *marketing strategies* berfokus pada hasil variabel-variabel pemasaran seperti segmentasi pasar identifikasi dan seleksi pada pasar sasaran, *positioning* merupakan untuk mempromosikan suatu produk dengan yang jelas dan tepat, berbedan untuk bersaing yang ada di pikiran target konsumen, *branding* dan bauran pemasaran (2) *marketing element strategies* meliputi dari hasil unsur-unsur individual untuk dapat menghasilkan bauran pemasaran, misalnya menentukan strategi promosi, strategi distribusi dan strategi penetapan harga jual barang produk batik melalui media online. Strategi pemasaran merupakan hal penting bagi perusahaan, untuk menggunakan pada produk tertentu menggunakan cara yang handal agar jumlah omzet penjualan mengalami peningkatan.

Perusahaan juga harus mempunyai strategi pemasaran yang handal untuk tujuan pada perusahaan dapat menarik minat konsumen yang akan tercapai. Berikut beberapa strategi pemasaran yaitu:

1. Strategi Pemasaran Online

Pemasaran online merupakan hasil dari bentuk pemasaran langsung yang tumbuh sangat pesat yang ada dikalangan masyarakat Kabupaten Sumenep untuk bisa menjual dan membeli dengan produk batik maupun kebutuhan konsumen

yang diperlukan. Kemampuan pada hasil teknologi ada pada saat ini telah banyak menciptakan abad melalui era digital. Pemakaian internet saat ini semakin banyak menyebar luas dan pada era teknologi baru yang kuat mempunyai dampak pada pembeli dan pemasar yang dapat melayani mereka.

2. Strategi Pemasaran Offline

Pemasaran offline adalah pemasaran yang bertemu langsung oleh pembeli yang dapat berkomunikasi secara 2 arah antara pembeli dan penjual. Pemasaran offline harus mencakup konsep berbasis media cetak. Publikasi seperti majalah, koran dan berbagai jenis media offline lainnya.

Dengan adanya internet sekarang ini banyak peluang yang sangat besar bagi setiap perusahaan atau pedagang toko Batik terutama Sentra Batik Apollo sekarang ini untuk menggunakan jaringan bisnis online, karena dengan adanya online bisnis lebih praktis dan tidak terlalu banyak memerlukan biaya yang sangat besar serta begitu juga jangkauan pasar yang sangat luas, karena dalam melakukan pemasaran melalui media online. Dengan adanya persaingan agar untuk memperebutkan pelanggan atau konsumen harus dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada, untuk melakukan tantangan yang semakin besar dan harus dihadapi oleh perusahaan untuk memasarkan produknya. Perusahaan harus meningkatkan penjualan bisnis online secara signifikan agar perusahaan toko Sentra Batik Apollo tetap eksis dikalangan masyarakat khususnya Sumenep Madura bahkan lebih perusahaan harus bisa lebih maju. Untuk meningkatkan hasil volume atau jumlah dari hasil penjualan dari suatu produk batik yang akan ditawarkan maka harus terlepas dari adanya pemasaran atau *marketing*.

Pada dasarnya semakin banyak persaingan bisnis melalui online maka semakin banyak pula pilihan berbagai macam motif batik di toko batik Apollo bagi konsumen atau pelanggan untuk memilih produk batik yang sesuai keinginan dengan apa yang sudah diharapkan sebelumnya. Maka dari itu konsumen harus lebih pintar lagi dalam menghadapi berbagai macam munculnya produk-produk baru yang ada di toko batik Apollo. Apalagi seperti pakaian busana Batik yang

menjadi *trend* dikalangan masyarakat di Kabupaten Sumenep. Pada toko Sentra Batik Madura Apollo bukan hanya menawarkan produknya secara online bahkan juga menjual grosiran dan eceran. Yang lebih dominan dari Sentra Batik Madura Apollo lebih berarah untuk memasarkan lewat media online.

Metode Penelitian

Penelitian ini yaitu, jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif dengan berupa kata-kata dalam bentuk tertulis dari orang-orang dan perilaku yang bisa diamati. Tempat dan waktu yaitu di Toko Sentra Batik Madura Apollo Jalan Trunojoyo Pajagalan, Kabupaten Sumenep. Data primer yang dilakukan yaitu banyaknya perolehan data yang melalui wawancara dari yang diamati serta analisis data yang diberikan oleh pemilik Sentra Batik Madura Apollo serta pegawai yang terdapat di lingkungan Sentra Batik Madura Apollo di Kabupaten Sumenep. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari informasi dari toko Sentra Batik Madura Apollo.

Pada informan kunci yaitu pemilik toko batik Madura Apollo, informan utama pada karyawan bagian pemasaran dan informan pendukung pada pelanggan atau konsumen yang pernah membeli produk batik Apollo. Pada proses teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan observasi pada tempat yang akan di sasar, dari hasil pada wawancara yang harus memperoleh pada informan utama dalam berbagai pihak manajemen dan harus melakukan usaha yaitu Strategi Pengembangan Pemasaran Online Sentra Batik Madura Apollo di Kabupaten Sumenep. Pada teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data berarti rangkuman dalam hal-hal pokok dan penting serta mencari tema dan polanya. Penyajian data dimana peneliti menjelaskan bagaimana Pengembangan Pemasaran Online Sentra Batik Madura Apollo untuk mengembangkan minat konsumen yang dipasarkan melalui media online. Dalam uji keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi. Analisis triangulasi yang digunakan triangulasi teknik.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari observasi pada wawancara yang selalu dilakukan peneliti di Sentra Batik Apollo peneliti harus menguraikan mengenai dari hasil penelitian yang diperoleh untuk melalui hasil observasi dan juga wawancara yang merupakan sumber data utama bagi yang ditanggung jawabkan. Adapun dari hasil data yang dimaksud untuk jawaban-jawaban yang sering diberikan kepada informan terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam melakukan wawancara yang berkaitan serta yang sesuai dengan permasalahan yang akan diajukan kepada pihak informan utama.

Analisis SWOT

Toko Batik Apollo ini melaksanakan dalam adanya upaya untuk meminimalkan biaya dan juga operasi transportasi yang tidak efisien untuk selalu mengontrol kualitas serta distribusi, tujuannya agar selalu dapat meningkatkan bisnisnya yaitu posisi kompetitifnya. Dari penjelasan pada matriks analisis SWOT yaitu menjelaskan lebih rinci tentang faktor elemen pada perusahaan. Berbagai alternatif pada strategi pengembangan online sentra batik Madura Apollo dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT. Adapun matriks SWOT untuk toko batik Madura Apollo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Analisis Matriks SWOT Toko Batik Madura Apollo

Internal	Strengths (S)	Waekness (W)
Eksternal	1. Bahan baku (kain) yang berkualitas	1. Promosi kurang maksimal
	2. Banyak pilihan motif batik	2. Kurangnya karyawan
	3. Inovasi produk yang terus-menerus	3. Jaminan produk belum ditetapkan
	4. Pelayanan yang baik terhadap konsumen dan jalur distribusi yang sederhana	4. Tidak ada garansi pembelian
	5. Persediaan barang yang selalu ada	

Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Permintaan pasar yang meningkat 2. <i>Brand image</i> produk batik yang baik 3. Semakin banyak minat konsumen mengenal produk batik Apollo 4. Mempunyai daya tarik 5. Hubungan yang baik dengan konsumen	a) Memenuhi permintaan pasar dengan produk yang berkualitas (S1, S3 dan S4) b) Harga bersaing dengan kualitas produk yang tinggi (O3, S1) c) <i>Brand image</i> yang baik terhadap loyalitas pelanggan (S4, O3)	a) Memenuhi permintaan pasar dengan tidak mengecewakan konsumen (O1, S1) b) Memperluas dan meningkatkan promosi yang dapat menarik minat konsumen (W2, O2)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Banyaknya pesaing baru 2. Selera konsumen yang sulit untuk di prediksi 3. Lokasi pesaing lebih strategis	a) Inovasi yang terus menerus guna menghadapi pesaing (S4, T3) b) Melakukan kerjasama yang baik, untuk memuaskan konsumen (S4, T2)	a) Memberikan pelayanan yang maksimal (S1, T2) b) Menjaga hubungan baik dengan konsumen (W1, T2)

Sumber: Data yang diolah (2019)

1) Analisis SWOT untuk Strategi S-O

Kolom dalam strategi S-O merupakan strategi yang hanya menggunakan kekuatan untuk dapat bisa mengambil keuntungan dari hasil peluang yang ada.

a) Memenuhi permintaan pasar dengan produk yang berkualitas

Kualitas produk yang merupakan hal yang sangat begitu penting dan juga harus di usahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk batik sangat menentukan dengan adanya suatu kepuasan, karena dari berbagai macam kualitas produk yang sangat baik dan sesuai dengan harapan konsumen maupun pelanggan, dapat mendatangkan sikap positif dari berbagai konsumen maupun dari pelanggan yang merasakan kepuasan tersendiri.

b) Harga yang bersaing dengan kualitas produk yang tinggi

Pada strategi ini toko Batik Apollo tidak terpengaruh dari persaingan harga dimana banyak sekali pelaku usaha yang juga memasarkan produk batik melalui *online* dan berlomba-lomba dalam menentukan harga yang semurah mungkin. Hal ini tentunya berpengaruh pada kepuasan konsumen. Ketika dengan harga yang yang murah tentunya akan membuat konsumen untuk berpikir dua kali untuk membelinya. Pada dasarnya produk yang lebih awet dan digunakan lebih lama akan mempunyai peluang lebih besar untuk menjadi pilihan konsumen.

c) *Brand Image* yang baik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Agar produk tampil menjadi baik, tentu suatu merek harus terlihat lebih terkenal di pasaran sehingga mampu untuk membuat konsumen lebih tertarik untuk membelinya. Loyalitas merek yang tinggi tentunya dapat meningkatkan pemasaran *online* dan dapat menarik minat pelanggan baru karena dengan mereka memiliki keyakinan bahwa membeli produk yang bermerek minimal dapat mengurangi risiko.

2) Analisis SWOT untuk Strategi W-O

Dari kelemahan dan peluang yang dimiliki oleh toko Sentra Batik Madura Apollo dapat disusun strategi dengan memaksimalkan kekuatan yang ada sehingga dapat merebut peluang yang ada untuk meningkatkan strategi promosi pada toko Batik Apollo.

a) Memenuhi permintaan pasar dengan tidak mengecewakan konsumen.

Pemanfaatan waktu pendistribusian yang meningkat sangat diperlukan untuk menghindari complain dari konsumen. Hal ini tentunya sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen biasa dipenuhi.

b) Memperluas dan meningkatkan promosi yang dapat menarik minat konsumen. Pemilihan promosi untuk meningkatkan minat pada konsumen

dengan cara menggunakan media *online* yaitu seperti mempromosikan melalui *instagram, facebook, whatsapp* dan tokopedia yang menarik dan dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk batik terbaru yang dikeluarkan oleh toko Sentra Batik Madura Apollo.

3) Analisis SWOT untuk Strategi S-T

Dilihat dari kekuatan dan ancaman toko Sentra Batik Madura Apollo menggunakan untuk kekuatannya dalam mengatasi terjadinya berbagai macam ancaman yang datang dari luar.

a) Inovasi produk secara terus-menerus guna menghadapi pesaing

Di zaman modern ini, persaingan bisnis *online* sangatlah tinggi. Banyaknya pesaing serta orang-orang yang menjual dengan harga yang lebih murah. Salah satu strategi yang digunakan oleh toko Sentra Batik Madura Apollo adalah dengan mengeluarkan inovasi produk batik dan motif terbaru. Dengan hal ini mampu menarik minat konsumen dan akan mempermudah toko batik Apollo dalam menghadapi persaingan yang bebas.

b) Melakukan kerjasama yang baik untuk memuaskan konsumen

Kerjasama yang baik dengan karyawan dan juga pemilik toko Sentra Batik Madura Apollo dapat memuaskan konsumen. Kerjasama akan mampu memajukan atau memperbaiki kinerja dari produk batik yang ada di toko batik Apollo. Dengan kerjasama yang baik, toko Sentra Batik Madura Apollo mampu mengetahui kelemahan yang akan diperbaiki oleh toko Batik Apollo sendiri demi meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen.

4) Analisis SWOT untuk Strategi W-T

Pada kelemahan dan ancaman yang ada pada toko Sentra Batik Madura Apollo, harus bisa meminimalkan kelemahan internal untuk menghindari ancaman dari segi lingkungan yang ada di sekitar toko Batik Apollo tersebut.

a) Memberikan pelayanan yang maksimal

Menjaga dan mempertahankan kepercayaan yang dapat diberikan oleh konsumen sehingga, konsumen maupun pelanggan dapat tetap loyal terhadap produk tersebut. Pada umumnya pelanggan akan merasa puas dengan produk batik yang dijual apabila diberikan pelayanan yang maksimal. Dari pelayanan yang maksimal produk batik akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan maupun konsumen.

b) Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen

;Memberikan pelayanan yang maksimal akan menghindarkan dari *complain* berbagai pelanggan atau konsumen yang membeli produk batik yang diinginkan. Maka dari itu produk batik yang dijual di toko Sentra Batik Apollo dituntut untuk menjaga hubungan baiknya dengan konsumen, agar konsumen merasa puas dengan hasil pelayanan dan direspon secara baik jika konsumen memasarkan online tersebut.

Dalam peningkatan volume penjualan produksi batik melalui online diperlukan usaha yang sangat sungguh-sungguh dalam bidang terutama di bidang pemasaran. Agar bisa dapat pada suatu produk diterima oleh pasar maka harus perlu dilakukan berbagai tindakan yaitu untuk mengenalkan produk batik Apollo kepada konsumen dengan mengupload gambar di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan tokopedia untuk memberikan kesan yang menarik agar konsumen yang melihatnya tertarik dengan produk-produk terbaru. Selain itu, produk batik yang dipasarkan melalui online harus memberi kepuasan kepada konsumen agar konsumen percaya dengan kualitas produk kain batik dan juga harganya. Kualitas produk pada hasil produksi batik tulis pada toko Apollo berbeda-beda tergantung setiap banyaknya usaha dan untuk masing-masing harus turut serta harga yang juga ditawarkan.

Adapun cara untuk menghadapi persaingan pemasaran online yaitu :

- a. Mengadakan promosi potongan harga dan mengenalkan produk-produk batik terbaru melalui media sosial, agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk itu-itu saja yang dijualnya.
- b. Menjadikan daya tarik tersendiri untuk bisa mengenalkan produk batik yang akan dipasarkan yaitu dengan banyak berbagai macam-macam motif batik dan dari segi warnanya juga harus cerah-cerah. Jika dari segi warna memudar maka konsumen tidak terlalu banyak yang tertarik membelinya.
- c. Dari lokasi pemasarannya juga harus lebih strategis, agar konsumen mudah mencari dan tidak kebingungan.

Dalam kondisi persaingan, perusahaan tidak harus mengandalkan berbagai macam produk yang telah ada. Maka dari itu toko batik Apollo harus selalu dapat untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan *share* pasarnya, yang harus mengadakan usaha untuk menyempurnakan inovasi produk yang dapat dihasilkan kearah yang lebih baik, sehingga harus memberikan pemanfaatan dengan kepuasan dalam menciptakan daya tarik tersendiri terhadap konsumen (Sofjan Assauri 2013:199). Inovasi produk yang disediakan untuk pasar yang ditujui harus dapat meningkatkan kepuasan para konsumen dan sekaligus dapat meningkatkan hasil keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.

Pembahasan

Dalam peningkatan volume penjualan produksi batik melalui online diperlukan dalam usaha yang sungguh-sungguh di bidang pemasaran. Agar suatu produk dapat diterima oleh pasar maka dari itu harus perlu dilakukan berbagai macam tindakan untuk mengenalkan produk batik kepada konsumen dengan mengupload gambar di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan tokopedia untuk memberikan kesan yang menarik agar konsumen yang melihatnya tertarik dengan produk-produk terbaru. Selain itu produk batik yang dipasarkan melalui online harus memberi kepuasan kepada konsumen agar

konsumen percaya dengan kualitas produk kain batik dan juga harganya. Kualitas produk pada hasil produksi batik tulis pada toko Apollo sangat berbeda-beda. Tetapi ada pula yang hanya bisa untuk menawarkan dengan kualitas yang sama tetapi harga begitu rendah dibandingkan dengan toko batik lainnya, misalnya produk itu pada kain satu warna. Biasanya kegiatan ini digunakan bersama-sama dengan kegiatan promosi. Selain itu promosi penjualan yang dipasarkan melalui media sosial lebih mudah dan fleksibel karena harus dapat dilakukan kapan saja agar lebih memudahkan usaha dalam berbisnis melalui media online. Adapun dari promosi penjualan yaitu :

- 1) Mendorong konsumen untuk membeli produk batik melalui media sosial
- 2) Agar menarik minat konsumen, mengadakan promosi diskon atau potongan harga
- 3) Mempertahankan kontak hubungan dengan konsumen atau pelanggan agar bisa mendapatkan kepercayaan untuk membeli produk batik di toko Apollo
- 4) Memperkenalkan produk batik terbaru dengan mengupload ke media sosial, agar pengguna sosial media lebih banyak mengetahui produk-produk batik terbaru

Dalam penerapan harga yang ditawarkan pada toko batik Apollo, sudah sesuai dengan kualitas yang ada. Harga juga sangat terbentuk dan merupakan harga yang sudah disesuaikan dengan hasil kualitas produknya, sehingga harga dapat memberikan kepuasan pada konsumen maupun juga pelanggan.

Adapun cara untuk menghadapi persaingan pemasaran online yaitu :

- a. Mengadakan promosi potongan harga dan mengenalkan produk-produk batik terbaru melalui media sosial, sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan hasil produk batik itu-itu saja yang dijualnya.
- b. Menjadikan daya tarik tersendiri untuk bisa mengenalkan produk batik yang akan dipasarkan yaitu dengan banyak berbagai macam-macam motif batik dan dari segi warnanya juga harus cerah-cerah. Jika dari segi warna memudar maka konsumen tidak terlalu banyak yang tertarik membelinya.

- c. Dari lokasi pemasarannya juga harus lebih strategis, agar konsumen mudah mencari dan tidak kebingungan.

Inovasi produk yang disediakan untuk pasar yang akan dituju tidak harus dapat meningkatkan kepuasan kepada konsumen dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.

Simpulan

Berdasarkan permasalahan serta uraian pada hasil penelitian dan pembahasan yang akan dikemukakan untuk hasil penelitian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Toko Sentra Batik Apollo saat ini perkembangan batik melalui media sosial semakin meningkat, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan produksi batik. Pengembangan pemasaran batik melalui online semakin banyak manfaat untuk dijadikan peluang bisnis bagi toko Sentra Batik Apollo di Madura. Oleh sebab itu, dalam pengoperasian perusahaan juga harus mempertimbangkan strategi pemasaran agar mempunyai daya saing. Ada kendala yang harus dihadapi bagi setiap pengusaha batik, terutamanya toko Batik Apollo yang sebagian besar hanya dengan kendala yang dapat dihadapi karena masih belum optimal dalam kegiatan pemasaran dalam melalui media online. Promosi produk batik pada toko Apollo yang di pasarkan melalui media online menggunakan *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan tokopedia.
2. Dalam menghadapi persaingan antar pesaing yang sama-sama menjalankan bisnis melalui media online toko sentra batik Apollo sendiri harus menciptakan produk-produk baru yang berbeda. Seperti mengutamakan kualitas dan mempunyai ketertarikan tersendiri untuk mendorong konsumen maupun pelanggan dengan menciptakan produk-produk batik yang lebih berkesan untuk menarik minat konsumen.

Keterbatasan

1. Pemilik toko batik kurang mengetahui permasalahan dalam menceritakan apa yang ditanyakan oleh peneliti. Sehingga peneliti merasa bingung untuk menjelaskannya.
2. Karyawannya terlalu sibuk sendiri. Sehingga peneliti harus menunggu terlalu lama untuk wawancara.

Saran

1. Pemilik toko Sentra Batik Apollo harus lebih maksimal lagi dalam menjalankan pemasaran online. Karena masih banyak gambar yang di uploadnya tidak sesuai dengan kenyataannya dalam memasarkan melalui online, sehingga konsumen tidak merasa puas dengan produk batik yang kurang sempurna atau cacat.
2. Untuk memasarkan produk batik secara online, jangan hanya mengutamakan harga tetapi harus utamakan kualitas. Karena dengan harga yang tinggi tetapi kualitasnya rendah maka konsumen merasa kecewa dengan hasil penjualannya, bahkan dari itu konsumen juga tidak akan lagi percaya dengan membeli produk batik Apollo secara online.

Daftar Pustaka

- Basu, Dharmesta Swastha & Hani Handoko, M.BA. (2016). *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. Penerbit: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Silviana. (2012). Penerapan Strategi Pemasaran Marketing Mix (Studi Kasus pada PT. Batik Dinar Hadi). *Jurnal of Widya Teknika*. ISSN:1411-0660(Vol. 20, No. 1).
- Sofjan Assuri. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Tjiptono, Fandy Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

