

**PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN PADA SENI KRIYA TEKSTIL
(STUDI DI BATIK TULIS CUSTOM SOEDJONO LAMONGAN)**

Tesis

Diusulkan untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan

Program Magister Tata Kelola Seni



Oleh :

Cahyono M. Berlian

1920182420

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia

Magister Tata Kelola Seni

2023

PENGESAHAN TESIS

**PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN PADA SENI KRIYA TEKSTIL
(STUDI DI BATIK TULIS CUSTOM SOEDJONO LAMONGAN)**

Oleh:

CAHYONO M. BERLIAN

NIM. 1920182420

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 06 juni 2023 di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:


Pembimbing Utama,

Penguji Ahli,

Dr. M. Khojidi Arif Rozaq, S.Hut., M.M

Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si

Ketua Tim Penilai


Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn

Yogyakarta, ... 2.6 JUN. 2023 ...
Direktur



Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si
NIP 197210232002122001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis yang berjudul **“Pendekatan Bauran Pemasaran Pada Seni Kriya Tekstil (Studi Di Batik Tulis Custom Soedjono Lamongan)”** ini adalah benar-benar hasil karya tulisan sendiri serta tesis ini belum pernah diajukan dan tidak mengandung karya tulis yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi lain, dan menurut yang saya ketahui juga tidak terdapat karya maupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam tesis ini serta disebutkan dalam daftar pustaka.



Yogyakarta, 22 Mei 2023

Cahyono M. Berlian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT tuhan semesta alam yang memberikan berkat dan rahmatNYA serta rejeki kemampuan berpikir kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul **“Pendekatan Bauran Pemasaran Pada Seni Kriya Tekstil (Studi Kasus Batik Tulis Custom Soedjono Lamongan)”** yang merupakan syarat dalam mencapai gelar Magister pada program Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta ini tepat waktu.

Banyak berkah pelajaran yang didapatkan peneliti dalam menyusun tesis ini. Hingga akhirnya tesis ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Fortunata Tyasrisnestu, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Bapak/Ibu Kasubbag dan Staf Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Dr. Koes selaku Ketua Program Studi Magister Tata Kelola Seni
4. Dr. M. kholid Arif Rozaq S. Hut., MM. selaku dosen pembimbing
5. Keluarga Batik Tulis Custom Soedjono yang memberikan banyak bantuan dan materi dalam penulisan tesis ini.
6. Istri tercinta Musyafaatul Fahmida, dengan sekuat tenaga serta cintanya mendukung penulisan tesis ini hingga selesai.
7. Keluarga tercinta, bapak Kisno dan Ibu Tasmiani serta kaka Ikke Nurdaniati dan keponakan Shalesyah Amani Fatikah yang tak henti-hentinya memberikan dukungan, semangat, doa maupun bantuan material yang tak terhingga
8. Teman-teman seperjuangan Viki Ferdian, I Putu Adinata, I Putu Giri Sadana yang selalu menjadi tempat keluh kesah dan diskusi dalam

penyelesaian tesis ini dan memberikan semangat dalam pengerjaan tulisan ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis pada umumnya bagi kita semua.

Yogyakarta, Mei 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN	ii
PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	
BAB I PENDAHULUAN		
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Lingkup Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI		
2.1. Kajian Sumber	7
2.2. Kajian Teori	9
2.2.1. Pemasaran	10

2.2.2 Bauran Pemasaran	10
1. Product (Produk)	11
2. Price (Harga)	12
3. Place (Tempat)	13
4. Promotion (Promosi)	14
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	15
BAB III METODE	
PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	21
3.2. Lingkup Penelitian	22
3.3. Metode Kualitatif	23
3.4. Subjek Penelitian	23
3.5. Teknik Pengumpulan	24
Data	
3.6. Metode Analisis Data	26
BAB IV HASIL	
PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian dan	28
Analisis	
4.1,1 Sejarah Berdirinya	28
Batik Tulis Custom	
Soedjono	
4.1.2 Struktur Organisasi	30
4.1.3 Motif Batik Tulis	32
Custom Soedjono	
4.2 Data Penjualan	32
4.3 Lokasi Pembuatan Batik	34
Tulis Custom Soedjono	
4.4 Bauran Pemasaran Batik	46
Tulis Soedjono	
4.4.1 Produk	46

4.4.2 Harga	44
4.4.3 Tempat	48
4.4.4 Promosi	49
4.4.5 Analisis	58
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	17
Tabel 4.1 Keterangan Jabatan Tim Batik Tulis Custom Soedjono	31
Tabel 4.2 Data penjualan	34
Tabel 4.4 Kegiatan Edukasi Batik Tulis Custom Soedjono	51
Tabel 4.5 Perlombaan yang dijuarai oleh Batik Tulis Custom Soedjono	54
Tabel 4.6 Kegiatan Pameran dan Bazar Batik Tulis Custom Soedjono	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Batik Tulis Custom Soedjono	30
Gambar 4.2 Tempat pembuatan Batik Tulis Custom Soedjono	35
Gambar 4.3 Owner (Umbar Basuki) Batik Tulis Custom Soedjono	35

Custom Soedjono

Gambar 4.4 Motif Energik	36
Gambar 4.5 Motif Daliwangun	37
Gambar 4.6 Motif Sego Boranan	38
Gambar 4.6 Motif Bandeng Lele	39
Gambar 4.7 Motif Lingga Yoni	40
Gambar 4.8 Motif Burung Garuda	41
Gambar 4.9 Motif Burung Bangau dan Semak Belukar	42
Gambar 4.10 Bapak Bupati dan Ibu Bupati Lamongan dengan Motif Merti Bumi	42
Gambar 4.11 Motif Jantung dan Daun Pisang	43
Gambar 4.12 Motif Burung Bangau	44
Gambar 4.12 Motif Bandeng Lele	45
Gambar 4.13 Motif Sego Boranan	46
Gambar 4.14 <i>Instagram</i> Batik Tulis Custom	50
Soedjono	
Gambar 4.15 Pelatihan untuk anak-anak desa	51
Gambar 4.16 Pelatihan Mahasiswa Unisla	51
Gambar 4.17 Pelatihan Mahasiswa Unisla	52
Gambar 4.18 Pelatihan SMP Aplikatif	52
Assunniyyah Sunan Drajat Lamongan	

Gambar 4.19 <i>Live Streaming</i> owner dengan pesona batik tulis Indonesia	53
Gambar 4.20 <i>Workshop</i> pemasaran <i>Virtual</i>	53
Gambar 4.21 Juara II Lomba Batik Jawa Timur	54
Gambar 4.22 Masuk 25 besar megpreneur	54
Gambar 4.23 Pameran Ramadhan Megilan	55
Gambar 4.24 Pameran Dekranasda	56
Gambar 4.25 Festival Ekonomi Kreatif Lamongan	56
Gambar 4.26 Pameran Megpreneur	56
Gambar 4.27 Pameran Dinas Koperasi Lamongan	57
Gambar 4.28 Pameran Jawa Timur	57
Gambar 4.29 Pameran Peresmian PT. Eco Agro Mandiri	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Wawancara Bersama Owner Batik Tulis Custom Soedjono	67
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara Bersama Pengrajin Batik Tulis Custom Soedjono	68
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara Bersama Pelanggan Batik Tulis Custom Soedjono	69
Lampiran 4. Pedoman Wawancara	70

INTISARI

Loyalitas pelanggan dalam pembelian ulang maupun proses rekomendasi kepada pelanggan lain menjadi poin penting bagi perusahaan untuk mendapatkan penjualan terbaiknya. Batik tulis custom soedjono sebagai satu perusahaan yang bergerak dalam di bidang pembuatan batik tulis custom mengalami permasalahan dalam menghadapi pelanggan yang mengalami peningkatan keinginan dalam pembuatan motif menjadi fokus utama bagaimana Analisis bauran pemasaran menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki fokus untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana bauran pemasaran menumbuhkan loyalitas dalam bidang produk seni kriya dengan tujuan untuk dapat meningkatkan pembelian ulang serta pengaruh terhadap pelanggan baru untuk dapat mempercayakan pembelian produknya pada Batik Tulis Custom Soedjono.

Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif peneliti mengumpulkan data melalui proses wawancara pada perusahaan serta pengumpulan data serta dokumentasi untuk keperluan data yang penting untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode yang digunakan menggunakan metode pemasaran pada bauran pemasaran yang berjumlah 4 yaitu produk, harga, tempat, serta promosi.

Hasil penelitian ini menunjukkan dari empat unsur dalam bauran pemasaran memiliki peran penting dalam proses kepercayaan serta loyalitas pelanggan dalam pembelian batik tulis custom soedjono. Hasil menunjukkan perlunya beberapa perbaikan dalam menjalankan bauran pemasaran seperti memberikan efektifitas waktu pengerjaan serta perlunya penambahan toko tempat penjualan batik yang lebih strategis serta mudah dijangkau oleh pelanggan.

Kata Kunci: *Loyalitas, Bauran Pemasaran, Seni Kriya, Batik*

ABSTRACT

Customer loyalty in repurchasing and in the process of recommendation to other customers is an important point for the company to gain the best sales. Soedjono's custom handwritten batik as a company engaged in custom handwritten batik manufacture that is experiencing problems in dealing with customers whose desire is being increased in terms of creating batik patterns became the main focus of how marketing mix analysis fosters customer loyalty.

This research focused on answering the question of how the marketing mix fosters loyalty in the field of craft art products, it is aimed to be able to increase repeat purchases amount and influence new customers to entrust their product purchases to Soedjono's custom handwritten batik.

Using descriptive qualitative research methods, the researcher collected the data through interviews at companies and the documentation process for important data to answer research questions. The method used in this research was the marketing method on the marketing mix which includes 4 methods, namely product, price, place, and promotion.

The results of this study revealed that the four elements in the marketing mix have an important role in the process of trust and customer loyalty in purchasing Soedjono's custom handwritten batik. The results showed that some improvements are needed in implementing the marketing mix such as providing effectiveness of processing time and adding more strategic and easily accessible batik shops to customers.

Keywords: loyalty, marketing mix, craft art, batik



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan kreativitas konsumen dalam memilih sebuah produk mendorong pelaku usaha memiliki kapasitas kreatif yang lebih dibanding konsumen untuk dapat memberikan pencapaian kepuasan pelanggan dan memberikan pengalaman baik konsumen untuk dapat kembali serta memberikan timbal balik yang baik pada pelaku usaha. Perkembangan konsumen dalam memilih produk tersebut mengharuskan pelaku usaha memiliki satu inovasi terbaru dalam memberikan pelayanan permintaan konsumen. Layanan produk yang dapat menyesuaikan keinginan pelanggan kini juga merambah pada pasar batik tulis. Hasil dari karya batik tulis menjadi satu produk komersial yang secara tidak langsung harus mulai mengikuti pemenuhan keinginan pasar. Art for Mart, yang berarti seni untuk pasar. Menjadikan pelaku seni dari dalam penciptaan seni juga harus menuruti keinginan pasar. Jadi pasar berpengaruh dengan apa yang dilakukan pelaku seni.

Batik tulis merupakan suatu produk seni kriya tekstil dengan proses pengerjaan secara manual dengan menggunakan penghambat warna masuk dalam kain menggunakan lilin malam yang memiliki keunikan tersendiri kini juga harus menambah keunikan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan membuat desain custom atau sesuai keinginan pelanggan.

Batik custom sendiri merupakan batik yang desain motifnya adalah bentuk gagasan pikiran pelanggan yang dapat dituangkan dalam sebuah motif sehingga motif dapat dirasa tidak lagi pasaran. Salah satu pelaku usaha batik tulis yang

dapat memberikan pelayanan desain motif sesuai keinginan pelanggan adalah Batik Tulis Custom Soedjono, pelaku usaha ini merupakan usaha yang baru berjalan tiga tahun yaitu dimulai dari tahun 2019. Namun dengan memberikan konsep motif sesuai yang diinginkan pelanggan usaha ini cukup berkembang baik sehingga beberapa kalangan mulai melirik untuk membuat batik tulis di sini.

Motif batik yang merupakan stilasi dari berbagai bentuk yang tercipta dari pemahaman menyederhanakan bentuk menjadi lebih indah dilihat. Pembuatan motif juga dipengaruhi lingkungan serta tingkat wawasan pembuat motif, keterbatasan tenaga pencipta motif pada usaha Batik Tulis Custom Soedjono membuat beberapa motif yang sudah tercipta bagi pelanggan terlihat mencapai titik puncak kreatif, sehingga motif mulai terlihat monoton dan terasa perlu menambah wawasan dalam memperbanyak pilihan penyederhanaan bentuk. Melihat titik balik tujuan penciptaan usaha ini perlu adanya penyegaran dalam memahami permintaan pelanggan untuk tetap menjaga pelanggan dapat konsisten dan kembali tertarik produk Batik Tulis Custom Soedjono. Desain motif dalam usaha Batik Tulis Custom Soedjono merupakan elemen inti dalam produk sehingga penciptaan motif yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan menjadi unsur pokok dalam Batik Tulis Custom Soedjono.

Dalam waktu tiga tahun berdirinya usaha Batik Tulis Custom Soedjono tercatat telah melayani berbagai kalangan konsumen dalam membuat custom motif batik tulis, motif yang cukup terkenal dikarenakan dipesan langsung oleh bupati Lamongan bernama motif daun jati, motif yang mengadopsi dari konsep hasil bumi Kabupaten Lamongan dengan kearifan lokalnya dalam setiap produk

makanan basah banyak dijumpai menggunakan daun jati sebagai kemasan sehingga gagasan tersebut terciptalah motif daun jati ini. Usaha batik tulis yang bertempat di Dusun Medali Desa Daliwangun Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan ini tidak memiliki stok batik yang bisa langsung dibeli oleh konsumen, karena dari konsep berdirinya usaha ini memang proses penciptaan motif batik dilakukan setelah menerima konsep dari konsumen.

Perkembangan skala usaha yang semakin besar menuntut pelaku usaha semakin tinggi dalam memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen untuk dapat menjaga konsumen dapat memberikan timbal balik yang baik. Perlu adanya kajian pengalaman konsumen dalam memesan produk Batik Tulis Custom Soedjono sebagai satu acuan akademis menjaga konsep custom motif yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Kekuatan layanan custom dengan harga terjangkau menjadi sebuah inti kekuatan usaha ini tetap berjalan dan semakin berkembang besar.

Pendekatan bauran pemasaran memiliki pengaruh besar menciptakan loyalitas konsumen. Menurut Kotler & Keller (2016:153) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen yang dipegang dalam melakukan pembelian ulang (repurchase) atau berlangganan suatu produk atau jasa yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perilaku untuk beralih. Pentingnya faktor loyalitas dari pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi dalam keunggulan bersaing secara berkelanjutan, meskipun adanya pengaruh situasi kenaikan harga dan peningkatan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan

perubahan perilaku kepada konsumennya. Untuk menjaga loyalitas pelanggan maka dilakukannya peningkatan dari berbagai aspek yang harus diperhatikan sehingga dapat membuat konsumen menjadi nyaman dan tertarik datang kembali. Sehingga terbentuk loyalitas pelanggan yang dapat memberikan beberapa manfaat bagi pihak Batik Tulis Custom Soedjono, diantaranya komunikasi dan hubungan antara pihak Batik Tulis Custom Soedjono dan pelanggan menjadi harmonis yang membuat pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan tercipta kesetiaan terhadap Batik Tulis Custom Soedjono. Bauran Pemasaran menggambarkan pandangan penjual tentang alat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli agar berminat membelinya. Sedangkan dari sudut pandang pembeli, setiap perangkat pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat bagi para pelanggannya.

Pengalaman pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa, sangat penting untuk keberlanjutan keputusan pelanggan. Jika pengalaman pelanggan dirasa memuaskan, maka pelanggan secara tidak langsung akan kembali lagi untuk menikmati produk atau jasa yang pernah digunakan. Ketika konsumen membeli sebuah produk dan merasa puas akan produk tersebut hal itu merupakan wadah bagi perusahaan untuk memikat pelanggan secara lebih personal lebih jauh lagi ketika pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi maka pelanggan itu sendiri dapat menjadi satu media promosi bagi usaha tersebut secara Word of Mouth kepada orang-orang sekitarnya.

Pemaparan latar belakang di atas bagi penulis topik pemasaran sebagai upaya peningkatan loyalitas konsumen yang mengacu pada 4P yang ada pada

pendekatan bauran pemasaran. Diharapkan dengan penelitian ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen batik tulis serta memberikan peningkatan dalam penciptaan motif Batik Tulis Custom Soedjono serta berguna bagi usaha custom karya seni lainnya sehingga dapat menjadikan sebuah karya yang tetap dalam ambang keindahan dan memenuhi kebutuhan pasar. Penelitian ini menganalisis pemasaran dan motif yang sudah tercipta oleh Batik Tulis Custom Soedjono menggunakan 4P pendekatan bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi yang dapat mengetahui bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen melalui pemasaran yang dilakukan sehingga didapatkannya kepuasan pelanggan dan minat beli ulang produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas diketahui bahwa Batik Tulis Custom Soedjono menghadapi beberapa tantangan seperti proses kreatifitas yang kurang, motif yang monoton, kurangnya pemahaman keinginan pelanggan, galeri batik dan penguasaan lahan yang monoton. Sehingga penelitian mengajukan pertanyaan sebagai berikut. Bagaimana pendekatan pemasaran bisa menumbuhkan loyalitas di kalangan pelanggan Batik Tulis Custom Soedjono Lamongan?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka tujuan yang ingin dicapai dalam tesis ini yaitu menganalisis pendekatan pemasaran bisa menumbuhkan loyalitas di kalangan pelanggan Batik Tulis Custom Soedjono Lamongan.

1.5 Manfaat Penulisan

Penulisan tesis ini diharapkan dapat membawa manfaat yang berarti bagi perusahaan dan juga penulis.

1) Manfaat untuk perusahaan

Mendapatkan feedback berupa wawasan dan pengetahuan tentang pendekatan bauran pemasaran dapat menumbuhkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

2) Manfaat untuk penulis

Mampu membuat karya tulis yang dapat memberikan pengetahuan tentang bagaimana pendekatan bauran pemasaran dapat menumbuhkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

3) Manfaat akademik

Memperkaya konsep, referensi dan menambah penelitian ilmiah tentang bagaimana pendekatan bauran pemasaran dapat menumbuhkan loyalitas dan kepuasan pelanggan pada suatu produk.

1.6 Lingkup Penulisan

Ruang lingkup ini dibuat untuk membuat pembatasan terhadap cakupan topik tesis. Pembatasan ini diperlukan karena luasnya bidang kajian dan keterbatasan waktu yang tersedia. Maka ruang lingkup dalam tesis ini adalah:

1) Usaha Batik Tulis Custom Soedjono

2) Pendekatan bauran pemasaran dalam pemasaran produk.