

**ANALISIS PRAKTIK *NETWORKING* DALAM PENJUALAN  
BATIK (SANGGAR ALAM BATIK) DESA GUNTING  
KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Syariah  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**Khurotul Akyuni**  
**NIM. E20182040**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
DESEMBER 2022**

**ANALISIS PRAKTIK *NETWORKING* DALAM PENJUALAN  
BATIK (SANGGAR ALAM BATIK) DESA GUNTING  
KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Syariah  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

**Khurotul Akyuni**  
**NIM. E20182040**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui Pembimbing:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti Khodijah', is written over a circular stamp or seal.

**Siti Khodijah M. Pd.**  
**NIP. 19860919201903201**

**ANALISIS PRAKTIK *NETWORKING* DALAM PENJUALAN  
BATIK (SANGGAR ALAM BATIK) DESA GUNTING  
KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Syariah  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu  
Tanggal : 04 Januari 2023

Tim Penguji

Ketua

**Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak**  
NIP. 198803012018012001

Sekretaris

**Daud Rhosvidy, S.E., M.E**  
NUP. 20070913

Anggota :

1. **Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M** (  )  
**Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M** (  )
2. **Siti Khodijah, M.Pd** (  )

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si**  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa` : 29).<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, Ar-Rahim, Al-Qur'an Terjemah, Bandung, 2013

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta inayahnya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Dan tidak lupa pula sholawat tetap tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW berkat beliau kita bisa mengenal Islam, nikmatnya iman dan ihsan. Penelitian skripsi ini saya persembahkan untuk beberapa pihak yang telah meluangkan waktunya untuk membantu sampai tahap ini:

1. Kepada kedua orang tua (Bapak Supiyan dan Ibu Antin Lestari) yang tiada henti dalam memberikan doa, dukungan serta memberikam semangat yang tak ada habisnya hingga saat ini.
2. Seluruh keluarga saya yang telah memberikan semangat serta membantu dalam mencapai cita-cita penulis.
3. Dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing penulis dan selalu memberikan motivasi kepada penulis serta memberikan semangat agar tidak mudah menyerah dalam mencapai cita-citanya.
4. Terima Kasih saya ucapkan kepada pemilik Sanggar Alam Batik (Bapak Fery) berkat bantuan beliau saya bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Semua Guru Sekolah sejak SD sampai MAN, Guru Ngaji, serta semua Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
6. Teman kelas Ekonomi Syari'ah 1 dan semua teman-teman yang telah memberikan dukungan serta saling memberikan support dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Almamater UIN KHAS tercita yang sudah memberikan saya kesempatan dalam menuntut ilmu.

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang. Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi dan Rosul termulia, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat. Atas segala rahmat dan karunia-Nya, dapat terselesaikan skripsi dengan judul “*Analisis Praktik Networking dalam Penjualan Batik (Sanggar Alam Batik) di Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan*”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan, bimbingan, doa serta semangat dan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima peneliti sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq jember yang telah memberikan motivasi dalam penulisan karya ilmiah.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.E., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan semangat dalam penulisan karya ilmiah.
4. Bapak M. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syari'ah yang telah memberikan motivasi dalam penulisan karya ilmiah.
5. Ibu Siti Khodijah, M. Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, memberikan arahan dan selalu sabar dalam membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomu dan Bisnis islam, khususnya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat mengetahui hal yang tidak diketahui sebelumnya.

7. Bapak Ferry Sugeng Santoso selaku Pemilik Sanggar Alam Batik yang telah berkenaan memberikan izin dan bantuan kepada peneliti selama melaksanakan penelitian di Sanggar Alam Batik di Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan.
8. Segenap karyawan Sanggar Alam Batik, Bapak Mas Billy yang telah berkenaan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, yang selalu mengajarkan dan membimbing peneliti sehingga dapat membantu melancarkan proses penyelesaian penelitian.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah peneliti susun masih jauh dari sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Oktober 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Khurotul Akyuni, 2022:** “*Analisis Praktik Networking Dalam Penjualan Batik (Sanggar Alam Batik) Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan*”.

**Kata Kunci:** Praktik Networking, Penjualan Batik.

Network Marketing merupakan sistem untuk mendistribusikan barang maupun jasa melalui ribuan jaringan tenaga penjualan atau sebuah distribusi yang tidak bergantung. Dengan adanya jaringan (*Networking*) tersebut, batik desa Gunting siap dijual dan disebarakan sampai ke penjuru kota bahkan sampai keluar negeri seperti di Belanda, Kanada, Brazil, Malaysia dll. Selain itu dengan adanya jaringan (*Networking*), pengusaha batik di Gunting tidak hanya memasarkan saja, melainkan mengenalkan produk batiknya dan membagikan ilmu bagaimana cara pembuatan batik ke semua wilayah baik luar negeri maupun dalam negeri, misalkan dengan memamerkan di sebuah pameran.

Focus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana Praktik *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan? 2) Bagaimana Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan?.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) mendeskripsikan Praktik *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan. 2) mendiskripsikan Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipan pasif, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman yakni tahap pertama di kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Kesimpulan: *Networking* nya sendiri terdiri dari 3 : bertemu orang baru, *Networking* dengan membagi informasi dengan orang sekitar, *Networking* dengan tetap berhubungan baik dengan pelanggan. Praktik *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik terdiri dari 3 praktik yaitu bekerjasama dengan perhotelan, bekerjasama dengan pendidikan atau sekolahan, ikut serta dalam sebuah pameran. Penjualan batik yang kegiatan pelengkap dalam pembelian ada 3 macam: Harga Promosi Kualitas. Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan batik di desa gunting ini yaitu dengan diadakannya sebuah wadah berupa grup atau *club* yang dinamakan alam batik persekutu yang bertujuan untuk membantu memperlancar dan memperlancar sebuah penerapan *Networking* dalam sanggar alam batik. Adapun kegiatan tersebut yaitu kegiatan *Photography*, *Designer*, *Outbound*, *make up*, dan lain sebagai kegiatan *Networking*nya.



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Persetujuan Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Motto .....</b>	<b>iv</b>
<b>Persembahan.....</b>	<b>v</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Definisi Operasional.....	6
F. Sitematika pembahasan.....	7
<b>BAB II Kajian Kepustakaan.....</b>	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Kajian Teori.....	19
<b>BAB III Metode Penelitian.....</b>	<b>27</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27

B.	Lokasi Penelitian.....	29
C.	Subyek Penelitian.....	36
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
E.	Analisis Data.....	31
F.	Keabsahan Data.....	33
G.	Tahapan Penelitian.....	33
<b>BAB IV Penyajian dan Analisis.....</b>		<b>35</b>
A.	Gambaran Objek Penelitian.....	35
B.	Penyajian Data dan Analisis.....	38
C.	Pembahasan Temuan.....	59
<b>BAB V Penutup .....</b>		<b>72</b>
A.	Kesimpulan .....	72
B.	Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN:</b>		
Lampiran 1: Pernyataan Keaslian Tulisan		
Lampiran 2: Matrik Penelitian		
Lampiran 3: Pedoman Wawancara		
Lampiran 4: Surat Izin Penelitian		
Lampiran 5: Surat Keterangan Selesai Penelitian		
Lampiran 6: Jurnal Penelitian		
Lampiran 7: Dokumentasi Penelitian		
Lampiran 8: Biodata Penulis		

## DAFTAR TABEL

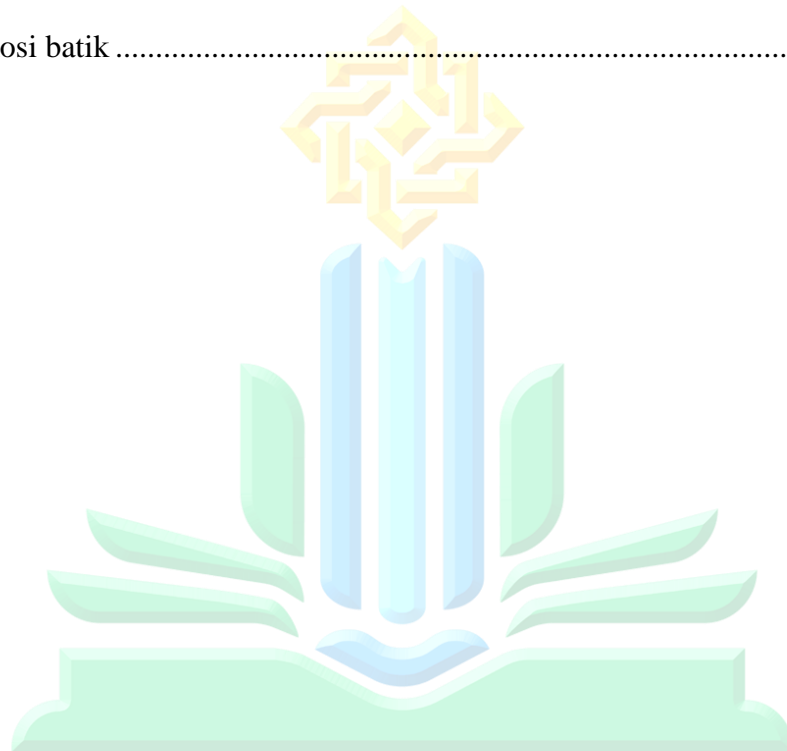
No. Uraian	Hal.
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	16



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal.
4.1 Bekerja sama dengan perhotelan.....	45
4.2 Kerja sama dengan persekolahan.....	47
4.3 Ikut serta dalam sebuah pameran.....	49
4.4 Promosi batik.....	53



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Batik merupakan pakaian tradisional yang dimiliki oleh Indonesia yang sudah diakui dikalangan masyarakat baik muda maupun tua.<sup>2</sup> Menurut masyarakat jawa, filosofi motif batik ini berkaitan erat dengan kebudayaan jawa yang sangat kental dengan simbol-simbol yang sudah mengakar kuat dalam falsafah kehidupan masyarakat jawa.<sup>3</sup> Batik tidak hanya satu macam saja, tetapi ada beberapa batik yang dihasilkan dari suatu *home industry* seperti halnya batik cap, printing atau sablon dan batik tulis.

Batik diperkenalkan oleh Sanggar Alam Batik kepada masyarakat zaman sekarang yang dimana pemasarannya menggunakan *Networking*. *Networking* sebagai hubungan yang paling terkait antara individu dan organisasi yang terdiri atas supplier, reseller dan tenaga pemasaran untuk mencapai pasar global dengan konsumen sebagai tujuan akhir untuk memberikan produk dan layanan yang baik.<sup>4</sup>

*Network Marketing For Dummies* Network Marketing merupakan sistem untuk mendistribusikan barang maupun jasa melalui ribuan jaringan tenaga penjualan atau sebuah distribusi yang tidak bergantung. Para distribusi mendapatkan uang dari menjual berbagai barang maupun jasa serta merekrut

---

<sup>2</sup>Zakiah Yuliyati (2017). *Jaringan Sosial Pengusaha Home Industry Batik Tulis Dalam Mengembangkan Usaha*, jurnal UNNES 2017: 1.

<sup>3</sup>.Zakiah Yuliyati, 2457.

<sup>4</sup> Livia, Kartika Nuringsih. (*Pengaruh Technology Usange, E-Networking Dan Government Support Terhadap Keberhasilan Entrepreneur di Jakarta*), jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II No. 1/2020: 82.

dan mensponsori penjualan dari orang lain yang menjadi bagian dari *downline* mereka, ataupun dari organisasi penjualan. Distributor juga mendapatkan komisi atau bonus bulanan dari pendapatan bulanan yang telah dihasilkan dari *downline* mereka.<sup>5</sup>

Menurut Bapak Ferry sebagai pemilik Sanggar Alam Batik pengusaha batik<sup>6</sup> :

*Networking* merupakan kemampuan ikatan jejaring (*networkies*) menghubungkan para pelaku dengan salah satu usaha batik di desa Gunting, Kabupaten Pasuruan. Seperti usaha batik di desa Gunting, Kabupaten Pasuruan yang memiliki jaringan internasional dengan salah satu museum dibawah naungan kementerian kebudayaan korea selatan dalam kerjasama pelestarian budaya sedangkan untuk yang lokal, salah satunya dengan perhotelan, BPKP provinsi jatim, Dinas Koperasi, Disperindag, Bapeda, Bapemas, Diknas, Kesrah, Dinas Pariwisata, Universitas Yudarta, ITSNU.

Kualitas produk batik di desa Gunting, Kabupaten Pasuruan memperbanyak jaringan sosial, seperti masyarakat sekitar, teman-teman serta ikut dalam suatu organisasi kesenian, yang menggunakan media sosial dalam mempromosikan batiknya. Dengan adanya jaringan (*Networking*) tersebut, batik desa Gunting siap dijual dan disebarakan sampai ke penjuru kota bahkan sampai keluar negeri seperti di Belanda, Kanada, Brazil, Malaysia dll. Selain itu dengan adanya jaringan (*Networking*), pengusaha batik di Gunting tidak hanya memasarkan saja, melainkan mengenalkan produk batiknya dan membagikan ilmu bagaimana cara pembuatan batik ke semua wilayah baik

---

<sup>5</sup> Hendarti Nowo Sari, dkk. “*Analisis Network Dalam Menarik Customer (Study Kasus Customer Online Shop @smtownandstore dalam Network Digital Marketing Di Banjarbaru)*”, Artike Skripsi: 2.

<sup>6</sup> Hasil Wawancara Bapak Ferry Sebagai pemilik Sanggar Alam Batik Desa Gunting, 6 Januari 2022.

luar negeri maupun dalam negeri, misalkan dengan memamerkan di sebuah pameran.

Dengan hal ini masyarakat membutuhkan jaringan (*Networking*) untuk kepentingan sehari-hari serta untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Dengan adanya jaringan (*Networking*) di masyarakat dapat dikatakan sebagai salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha batik dalam menghadapi persaingan pasar global yaitu dengan pendekatan secara sosiologinya.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan di atas, di pasuruan terdapat beberapa pengusaha batik, seperti di Desa Wonosari Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan, Desa Gunting kecamatan sukorejo Kabupaten Pasuruan, Jalan Patimura Gang 3 RT/RW 04/01 Bugul kidul, Bugul Kuduk, Kec. Bugul Kidul, Kota Pasuruan.<sup>7</sup>

Di Desa wonosari Kecamatan Gondang Kabupaten Pasuruan pemasaran menggunakan pemanfaatan media sosial, seperti Facebook, Instagram, Whatsap dan lain sebagainya. Namun penyebarannya hanya meluas di daerah sekeliling saja. Contohnya dikalangan PKK, Balai Desa, Sekolah dan lain sebagainya.<sup>8</sup> Sedangkan di Bugul Kidul, Kota Pasuruan pemasaran Batik juga menggunakan media sosial, seperti halnya di Shopee saja. Hal tersebut berbeda dengan pengusaha batik di desa Gunting Kabupaten Pasuruan, di Desa ini pemasarannya sudah menggunakan *Networking* secara langsung, seperti mendatangi pameran, perhotelan, perkumpulan dibalai desa

---

<sup>7</sup> Wawancara pemilik Sanggar Alam Batik Desa Wonosari, 30 Desember 2021

<sup>8</sup> Wawancara pemilik Sanggar Alam Batik Desa Wonosari, 30 Desember 2021.

dan dikalangan PKK. Sehingga penjualannya tidak hanya dalam negeri saja, melainkan sampai ke luar negeri. Dari data-data tersebut akhirnya melakukan penelitian tentang model *Networking* dalam penjualan batik di Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan. Hal tersebut dapat mendorong peneliti untuk melakukan penelitian secara mendalam yang dituangkan melalui tulisan ilmiah skripsi dengan judul “Analisis Praktik *Networking* Dalam Penjualan Batik (Sanggar Alam Batik) Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Praktik *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan?
2. Bagaimana Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendiskripsikan Praktik *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan.
2. Untuk mendiskripsikan Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan.



#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis. Seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah dan diharapkan dapat dimanfaatkan secara teori dan aplikasi dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai Praktik *Networking* dalam penjualan Batik dan dapat dimanfaatkan sebagai referensi bahan penelitian berikutnya.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini untuk mengubah wawasan pengalaman dan pengetahuan penelitian terkait dengan Analisis

Praktik *Networking* dalam penjualan batik (Sanggar Alam Batik) di Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan.

###### b. Bagi Usaha Batik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi dan bahan pertimbangan atau masukan yang kemudian dapat diterapkan dalam mengembangkan usahanya.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau informasi bagi masyarakat dalam memula usahanya maupun mengembangkan usahanya sehingga bisa mendapatkan citra yang baik dan jaringan yang luas.

d. Bagi UIN KHAS Jember

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi kepustakaan bagi peneliti lain untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan penjualan batik dengan model *Networking*.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>9</sup> Adapun beberapa istilah yang digunakan pada karya skripsi ini diantaranya:

1. *Networking*

*Networking* merupakan suatu usaha yang menggunakan jaringan untuk menjadikan usahanya berkembang.

2. Penjualan Batik

Penjualan Batik adalah kegiatan menawarkan lukisan yang bernilai seni (batik) kepada konsumen melalui online maupun offline.

---

<sup>9</sup> Tim penyusun UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: UIN Khas Jember Press 2021), 46.

## **F. Sistematika Pembahasan**

BAB I PENDAHULUAN Pada bab ini berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan. Adapun masalah yang diangkat dalam penelitian ini ialah penjualan batik dengan menggunakan *Networking* upaya dalam mengembangkan usaha batik di Desa Gunting Kabupaten Pasuruan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA Pada bab ini berisi penelitian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu dicantumkan pada penelitian ini untuk melihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisinya penelitian yang hendak dilakukan. Kajian teori dicantumkan pada penelitian ini sebagai perspektif dalam melakukan penelitian untuk memecahkan sebuah masalah dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN Pada bab ini berisi metode yang digunakan dalam penelitian. Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, metode pengumpulan data dan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Pada bab ini berisi pembahasan masalah, penyajian data dan analisis data. Pada bab ini rumusan masalah dari penelitian ini akan terjawab dan menemukan sebuah penemuan-penemuan baru.

BAB V PENUTUP Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang diteliti, saran dan disertai rekomendasi dari peneliti yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, kemudian membuat ringkasannya baik dari penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum terpublikasikan berupa (skripsi, tesis, disertai jurnal dan sebagainya). Dalam penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, menunjukkan beberapa perbedaan, diantaranya:

1. *Shawndra Hill, DKK. Institute Of Mathematical Statistic. Judul Jurnal "Neywork-Based Marketing: Identifying Likely Adopters Via Consumer Networks, 2006.*

Tujuan dari penelitian ini adalah pemasaran berbasis jaringan mengacu pada kumpulan pemasaran teknik yang memanfaatkan link antar konsumen untuk meningkatkan penjualan. Metode dari penelitian ini adalah menggunakan metode statistik dan data yang metode ini telah diterapkan. Hasil dari penelitian ini adalah tetangga jaringan konsumen yang terhubung ke A pelanggan sebelumnya mengadopsi layanan pada tingkat 3-5 kali lebih besar dari baseline kelompok yang dipilih oleh praktik terbaik tim pemasaran perusahaan, model statistik dibangun dengan jumlah pembelian geografis, demografis dan sebelumnya yang sangat besar data, informasi jaringan yang lebih rinci memungkinkan peringkat dari tetangga jaringan sehingga memungkinkan pemilihan set

kecil individu dengan kemungkinan set kecil individu dengan kemungkinan adopsi yang sangat tinggi.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan *Networking* (jaringan) agar meningkatkan penjualan. Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode statistik dan data yang metode ini telah diterapkan serta lokasi penelitian.

2. Nur Amalia Rachmawati. Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Judul Skripsi “Analisis Transaksi E-COMMERE Melalui Sosial *Networking*”, 2014.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggunakan alasan penggunaan sosial *Networking* sebagai media e-commerce, bagaimana prosedur transaksinya dan bagaimana kepercayaan pembeli terhadap transaksi e-commerce. Metode dari penelitian adalah menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial *Networking* memberikan suatu sistem kemudahan, keefektifan dan keefisiensi waktu dan biaya yang rendah (cost and benefit) dan tingkat kepercayaan pembeli yang cukup tinggi dengan melakukan penganalisisan yang teliti terhadap penjualan secara online.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah sistem *Networking* secara online dan lokasi penelitian.

3. Christopher Yudha Erlangga. Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika. Judul Jurnal “Promosi Penjualan

*melalui Jejaring Sosial (Study Deskriptif Kualitatif Promosi Penjualan melalui Jejaring Sosial Instagram pada “PT JHD RANDOL”, 2017.*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi melalui akun Instagram @radjacendol “yang dilakukan oleh PT JHD RANDOL. Metode dari penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Akun @radjacendol melakukan promosi dengan menyebarkan informasi menu-menu baru, quote menarik, kata motivasi, isu terkini sayembara berhadiah dan lain-lain.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi penelitian.

4. *Erlina Septiani Dewi. Ekonomi-Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Artikel Skripsi “Pengaruh E-marketing, Networking dan Quality Control of Product Terhadap Kinerja UMKM dokota Kediri, 2017.*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya saing di era globalisasi yang menuntut adanya solusi yang kompleks untuk menjawab tuntutan pasar. Metode dari penelitian ini adalah menggunakan Deskriptif Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah variabel e-marketing, *Networking* dan quality control berpengaruh terhadap kinerja dari hasil observasi diperoleh jika ini disebabkan oleh permasalahan yang kompleks mulai dari tidak adanya manajemen yang jelas dalam pengelolaan media internet, terlalu sering mengupload produk hingga

tidak adanya mitra dalam berbisnis dan permasalahan lain yang berimbas pada kinerja dari UMKM.

Persamaan dari penelitian ini adalah *Networking* sangat berpengaruh pada perusahaan. Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan Deskriptif Kuantitatif dan lokasi penelitian.

5. Dalilati Adlina. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Judul Skripsi “Implementasi Network Strategy Dalam Menghadapi Pasar Global (Studi Kasus pada PT Kharisma Rotan Mandiri, Sukoharjo)”*, 2017.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mendeskripsikan bagaimana upaya dari PT Kharisma Rotan Mandiri dalam mengimplementasikan network strategy dalam menghadapi pasar global. Metode dari penelitian ini adalah Kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah network strategy berhasil diimplementasikan oleh perusahaan sejak awal perusahaan dibentuk dari sebuah UKM sederhana hingga saat ini menjadi sebuah perusahaan eksportir yang diperhitungkan di Indonesia berkat ambisi dari pendiri dan terciptanya good relationship dengan para relasi.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi penelitian.

6. M. Haqqi Ramadani. *Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi. Judul Skripsi “Implementasi E-Marketing pada Social Networking (Studi Kasus pada*

*Jual beli Handphone melalui Grup Facebook Official Jual beli Hp Malang), 2018.*

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan Implementasi e-marketing melalui grup facebook Official Jual Beli Hp Malang. Metode dari penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa implementasi e-marketing melalui grup facebook Official Jual Beli Hp Malang menghasilkan dampak positif dilihat dari sisi produktivitas, kemampuan membaur pada semua anggota grup, kemampuan berlabar.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah *Networkingnya* fokus di facebook dan lokasi penelitian.

7. *Rjindra dan Haris Abd Kadir. "Analisis Network sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu", 2019.*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Network sosial pada minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu. Penelitian tersebut menggunakan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian dari jurnal ini adalah pada variabel Network sosial diperoleh nilai skor rata-rata 4,01 dan nilai skor rata-rata pada variabel minat berwirausaha yaitu 3,98.



Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* (jejaring). Perbedaan dalam penelitian ini ialah pada lokasi penelitian dan menggunakan metode kuantitatif .

8. *Hendarti Nowo Sari, Dkk. Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NPM16110054. Judul Skripsi “Analisis Networking dalam Menarik Customer (Study Kasus Customer Online Shop @smtownandstore dalam Network Digital Marketing Di Banjarbaru)”, 2020 .*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tentang kuatnya sebuah Network marketing sebagai salah satu media promosi. Penelitian tersebut menggunakan grounded theory sebagai acuan karena tujuan dari ini sendiri yaitu menyusun teori. Jenis dari penelitian ini adalah menggunakan jenis deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian dari jurnal adalah sebuah promosi melewati Network marketing (jaringan pemasaran) baik itu dari media sosial maupun influencer seperti produk tersebut melewati media instagram yang sekarang memang disukai mempermudah perluasan pasar marketing dari online shop @smtownandstore sendiri.

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dan menggunakan penelitian Kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini ialah pendekatan penelitian dan lokasi penelitian.

9. Andi Amran Asriadi, Dkk. Dosen Program Studi Agribisnis Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar. Judul Jurnal “Kajian Model *Networking* Kemitraan dalam Peningkatan Daya Saing Agribisnis Umbi Porang Di Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa”, 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan model *Networking* kemitraan dalam meningkatkan agribisnis ubi porang dan untuk menentukan hubungan *Networking* antar stakeholder hulu-hilir terhadap daya saing agribisnis umbi porang. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan data kualitatif. Hasil penelitian dari jurnal adalah model kemitraan umbi porang merupakan salah satu peubah yang berpengaruh terhadap kerjasama pemerintah dan swasta, *Networking* hulu kemitraan petani hubungan penyaluran saprodi benih, pupuk dan obat-obatan berpengaruh signifikan terhadap kemitraan penentuan daya saing harga, kualitas, ketetapan jenis dan jumlah, serta ketetapan waktu ketersediaan pasar, dan *Networking* hilir kemitraan hubungan petani pihak pedagang pengumpul berpengaruh signifikan terhadap penentuan daya saing harga, kualitas, ketetapan jenis dan jumlah serta ketetapan waktu ketersediaan pasar.

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dalam peningkatan daya saing dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini ialah pada fokus penelitian, lokasi penelitian dan menggunakan metode kuantitatif.

10. Indah Purnama Sari, Dkk. *Industri Engineering Department, Universitas Singaperbangsa Karawang dengan Judul Jurnal “Optimalisasi pendistribusian Susu Nasional dengan Menggunakan Metode Assignment (Hungarian) dan Metode Networking Spanning Tree”*, 2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan jarak serta waktu dalam pendistribusian susu nasional. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian dari jurnal adalah disimpulkan lokasi totalnya berjumlah 1350 buah susu nasional, untuk mengetahui solusi minimum mengenai jarak yang harus ditempuh dalam setiap distribusi susu nasional diwilayaah Kecamatan Teluk Jambe Timur adalah menggunakan Nteworking Spanning Tree dengan kasus minimalisir jarak, sehingga diharapkan produktivitas penjualan meningkat,dan keuntungan juga akan meningkat dengan besarnya jarak minimum yang harus ditempuh oleh pekerja dalam mendistribusikan susu nasional pada Kecamatan Teluk Jambe Timur Karawang adalah sebesar 39,18..

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan model *Networking* dalam pengoptimalan distribusi dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini ialah lokasi penelitian dan metode penerapan penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyusun penelitian terdahulu dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Shawndra Hill, DKK (2006), Institute Of Mathematical Statistic. Judul Jurnal “Network-Based Marketing: Identifying Likely Adopters Via Consumer Networks.”	menggunakan <i>Networking</i> (jaringan) agar meningkatkan penjualan.	menggunakan metode statistik dan data yang metode ini telah diterapkan serta lokasi penelitian.
2.	Nur Amalia Rachmawati (2014, Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Judul Skripsi “Analisis Transaksi E-COMMERE Melalui Sosial <i>Networking</i> ”.	menggunakan model <i>Networking</i> dan menggunakan metode kualitatif.	sistem <i>Networking</i> secara online dan lokasi penelitian
3.	Christopher Yudha Erlangga (2017) Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika. Judul Jurnal “Promosi Penjualan melalui Jejaring Sosial (Study Deskriptif Kualitatif Promosi Penjualan melalui Jejaring Sosial Instagram pada “PT JHD RANDOL”.	menggunakan model <i>Networking</i> dan menggunakan metode kualitatif.	lokasi penelitian
4.	Erlina Septiani Dewi (2017), Ekonomi-Manajemen	<i>Networking</i> sangat berpengaruh pada perusahaan.	menggunakan Deskriptif Kuantitatif dan lokasi penelitian.

	Universitas Nusantara PGRI Kediri. Artikel Skripsi “Pengaruh E-marketing, <i>Networking</i> dan Quality Control of Product Terhadap Kinerja UMKM dokota Kediri.		
5.	Dalilati Adlina (2017), Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Judul Skripsi “Implementasi Network Strategy Dalam Menghadapi Pasar Global (Studi Kasus pada PT Kharisma Rotan Mandiri, Sukoharjo)”.	menggunakan model <i>Networking</i> dan menggunakan metode kualitatif.	lokasi penelitian.
6.	M. Haqqi Ramadani (2018), Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi. Judul Skripsi “Implementasi E-Marketing pada Social <i>Networking</i> (Studi Kasus pada Jual beli Handphone melalui Grup Facebook Official Jual beli Hp Malang).	menggunakan model <i>Networking</i> dan menggunakan metode kualitatif.	<i>Networkingnya</i> fokus di facebook dan lokasi penelitian
7.	Rjindra dan Haris Abd Kadir (2019), Analisis Network sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha bagi Mahasiswa	menggunakan model <i>Networking</i> (jejaring).	pada lokasi penelitian dan menggunakan metode kuantitatif .

	Universitas Muhammadiyah Palu.		
8.	Hendarti Nowo Sari, Dkk (2020), Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad AlBanjari Banjarmasin, NPM16110054. Judul Skripsi Analisis <i>Networking</i> dalam Menarik Customer (Study Kasus Customer Online Shop @smtownandstore dalam Network Digital Marketing Di Banjarbaru).	menggunakan model <i>Networking</i> dan menggunakan penelitian Kualitatif.	pendekatan penelitian dan lokasi penelitian
9.	Andi Amran Asriadi, Dkk (2020), Kajian Model <i>Networking</i> Kemitraan dalam Peningkatan Daya Saing Agribisnis Umbi Porang Di Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa.	menggunakan model <i>Networking</i> dalam peningkatan daya saing dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	pada fokus penelitian, lokasi penelitian dan menggunakan metode kuantitatif.
10.	Indah Purnama Sari, Dkk (2021), Industri Engineering Department, Universitas Singaperbangsa Karawang dengan Judul Jurnal Optimalisasi	menggunakan model <i>Networking</i> dalam pengoptimalan distribusi dan menggunakan penelitian kualitatif.	lokasi penelitian dan metode penerapan penelitian.

	pendistribusian Susu Nasional dengan Menggunakan Metode Assignment (Hungarian) dan Metode <i>Networking Spanning Tree</i> .		
--	---	--	--

Berdasarkan sumber data tabel di atas bahwa menggunakan sumber dari beberapa jurnal serta dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan obyek penelitiannya.

## B. Kajian Teori

Untuk kajian teori ini membahas tentang teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam menunjukkan wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan sesuai dengan rumusan masalah serta pada fokus kajian.<sup>10</sup>

### 1. Networking

#### a. Pengertian *Networking*

*Networking* atau hubungan dengan orang lain adalah salah satu hal penting yang tidak boleh dilewatkan ketika seseorang ingin karirnya maju dan berkembang. Sebab untuk dapat maju dan berkembang secara baik, manusia membutuhkan manusia lain. Manusia tidak akan maju dan berkembang dengan hanya

<sup>10</sup> Tim penyusun UIN KIAI Haji Achmad Shiddiq Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: UIN Khas Jember Press 2021), 46.

mengendalikan diri sendiri melainkan harus ada bantuan campur tangan dari orang lain.<sup>11</sup>

Networking yaitu kewirausahaan yang diasosiasikan dengan penciptaan pola-pola jejaring kegiatan ekonomi baru melalui realisasi inovasi yang interaktif atau dengan menjembatani penawaran dan permintaan atau yang lebih umum, melalui integrasi bidang-bidang kegiatan yang berbeda. Jejaring wirausaha dapat dikaitkan dengan semua ikatan dalam keseluruhan jejaring personal yang ada dan dipelihara oleh para manajer usaha kecil dan menengah dalam rangka untuk mengidentifikasi peluang-peluang yang dapat dieksploitasi di masa depan.<sup>12</sup>

Salah satu faktor yang mendorong pengembangan usaha adalah *Networking* (jaringan kerja). *Networking* dalam dunia bisnis menunjuk pada kemampuan pemilik untuk mendapatkan akses ke sumber daya tidak di bawah kendali mereka. *Networking* memberikan nilai kepada anggotanya dengan memungkinkan mereka mengakses ke sumber daya sosial yang melekat dalam jaringan yaitu jaringan kerja yang dapat menyediakan sarana kepada kelompok bisnis pemula.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Chaira Saidah Yusrie, dkk. “Implementasi *Networking and Cooperative* dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Perspektif Agama, Psikologi, Sosial Filosofi”, Jurnal Dirosah Islamiyah, Volume 3 Nomor 2 2021: 160.

<sup>12</sup> Enny Susilowati Mardjono dan Guruh Taufan Hariyadi, “Model Jejaring Wirausaha, sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Perspektif Keuangan dan Non Keuangan Unit Usaha Kecil dan Menengah di Semarang”, Vol. 4 No. 2, 86.

<sup>13</sup> Krismi Budi Sienatra dan Meliyana Prasetyo Tejo, “*Networking sebagai Faktor Pendorong Kinerja Usaha Startup Bisnis*”, No. 20-22 (September 2016), 2.



Networking merupakan sebuah jaringan wirausahaan (*Networking*) adalah jaringan (*Network*) yang diimplikasikan sebagai tindakan dalam melakukan kontrak dengan orang lain maupun organisasi, dapat juga dikelompokkan sebagai sumber daya manusia.<sup>14</sup>

Jaringan usaha (*Networking*) dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha, dapat juga berupa non unit usaha, tetapi merupakan unsure dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat formal maupun informal.<sup>15</sup>

Networking adalah membuat koneksi diantara orang-orang dan kelompok.<sup>16</sup> Menurut pendapat *Straw* dan *Michelli* bahwasannya Networking membutuhkan yaitu biasanya menggunakan kesempatan untuk bertemu orang baru, membagi informasi dengan orang sekitar, tetap berhubungan baik dengan pembeli dan pelanggan.

Networking sebagai jaringan *supplier* penyedia produk dan layanan yang terpadu untuk konsumen secara online maupun offline. Wirausaha harus menjaga hubungan yang baik dengan para pemasok dan mitra bisnis agar bisnis dapat memberikan produk dan layanan yang baik dan konsisten. *Networking* sebagai hubungan yang paling

---

<sup>14</sup> UNIKOM, 21216129 JOSUA SITUMORANG 13, Bab II, 21.

<sup>15</sup> Asepta Hendriyanto, "Analisis Pengaruh Jaringan Usaha dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM", Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Vol 6 No 1, Mei 2015, 46.

<sup>16</sup> <https://dspace.uc.ac.id>, Indikator Model *Networking* menurut para ahli.

terkait antara individu dan organisasi yang terdiri atas supplier, reseller dan tenaga pemasaran untuk mencapai pasar global dengan konsumen sebagai tujuan akhir untuk memberikan produk dan layanan yang baik.<sup>17</sup>

#### **b. Fungsi *Networking***

*Networking* dapat dilihat berdasarkan beberapa fungsi yaitu antara lain:

- 1) Fungsi bisnis perusahaan meliputi jaringan pemasaran, jaringan produksi/operasi dan jaringan keuangan.
- 2) Keterkaitan fungsi dan posisi rantai pasokan meliputi kerjasama vertikal dan horizontal.
- 3) Kemitraan usaha meliputi kemitraan antar UMKM antar UMKM dengan usaha besar.
- 4) Formal/soliditas jaringan meliputi *soft network* dan *hard network*.
- 5) Penetapan tujuan meliputi jaringan usaha untuk meningkatkan

skala ekonomis, jaringan usaha untuk pengelolaan usaha yang efisien, jaringan usaha untuk meningkatkan posisi tawar.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>17</sup> Livia Kartika Nuringsih, (*Pengaruh Teknologi Usange, E-Networking dan Government Supprot Terhadap Keberhasilan Enterpreneur di Jakarta*), *Jurnal Manajerial dan Kwirausahaan*, Volume II No. 1/2020: 82.

### c. **Macam-macam Networking**

Macam-macam jaringan usaha (*Networking*) berdasarkan fungsi bisnis perusahaan:

#### 1) Jaringan pemasaran

Untuk keberhasilan dalam pemasaran produk dan layanannya, UMKM perlu memiliki jaringan pemasaran yang handal, yang selalu siap menyerap produk dan layanan UMKM dengan volume, harga dan waktu yang tepat atau membantu kegiatan pemasaran.

#### 2) Jaringan produksi/operasi

Jaringan produksi/operasi meliputi kerjasama usaha dan hubungan-hubungan dengan berbagai pihak (produsen, pemasok dan pihak lainnya) yang dibutuhkan untuk menjamin proses produksi/operasi dapat berjalan dengan baik.

#### 3) Jaringan keuangan/pembiayaan

Jaringan keuangan terutama menyangkut kerjasama, hubungan-hubungan dan akses ke sumber pembiayaan, baik lembaga keuangan bank maupun non bank.<sup>18</sup>

## 2. **Penjualan**

### a. **Pengertian Penjualan**

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemasaran kebutuhan dan keinginan pembeli untuk menghasilkan

---

<sup>18</sup> Dandan Irawan, “Peningkatan Daya Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha”, Jurnal Coopetition, No. 2 (Juli 2020), 111-112.

laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produksinya.

Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>19</sup>

#### **b. Tujuan penjualan**

Penjualan memiliki beberapa tujuan umum dalam perusahaan yaitu:

- 1) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.<sup>20</sup>
- 2) Tujuan yang dirancang untuk memperoleh penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.

- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan dengan lancar, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran.

<sup>19</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2008, 8.

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono dkk, "*Pemasaran Strategi*", (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), 604.

Menurut Murti Sumarni dalam bukunya bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan penjualan dapat di bedakan menjadi:

- 1) Penjualan Langsung yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa dan bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- 2) Penjualan Tidak Langsung yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.<sup>21</sup>

### c. Proses Penjualan

Salah satu aspek yang ada dalam penjualan adalah penjualan dengan bertemu muka (*face to face selling*) dimana seorang penjual dengan bertemu langsung terhadap muka dengan calon pembelinya. Untuk memperlancar kegiatan penjualan maka harus melalui beberapa proses yaitu:<sup>22</sup>

- 1) Persiapan sebelum penjualan

Proses pertama yaitu proses personal selling yang mana sebelum melakukan penjualan harus mempersiapkan terlebih dahulu. Kegiatan yang dilakukannya adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang

<sup>21</sup> Murti Sumarni, "Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan", 2003, 321.

<sup>22</sup> Basu Swasta dan Irwan, "Manajemen Pemasaran Modern edisi Kedua", (Yogyakarta Liberty, 2008), 410.

yang dijual, pasae yang dituju dan harus mengetahui tentang perilaku segme pasar yang dituju.

2) Penentuan lokasi pembeli potensi

Dalam proses ke dua ini ditentukannya lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya (tempat untuk penjualan). Dari lokasi ini bisa dilihat secara langsung untuk memiliki tempat yang srtategis dan mudah dikunjungi banyak orang.

3) Pendekatan pendahuluan

Dalam proses ke tiga penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembeli. Selain itu juga perlu untuk mengetahui tentang produk atau merek apa yang sedang mereka gunakan.

4) Melakukan penjualan

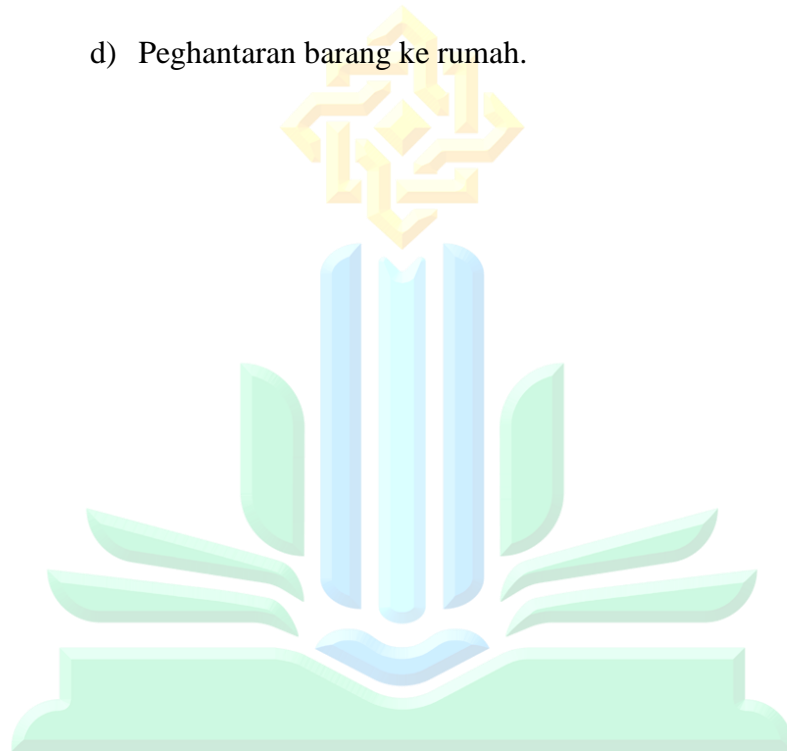
Proses ke empat penjualan yang dilakukan bermulla dari suatu usaha untuk mengikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

5) Pelayanan jual

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan baru pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri seperti instalasi atau barang konsumsi tahan lama

seperti halnya kulkas, televisi dan sebagainya. Pelayanan yang dilakukan penjual adalah:

- a) Pemberian garansi
- b) Pemberian jasa reparasi
- c) Latihan tenaga-tenaga operasi dan cara penggunaanya
- d) Pegantaran barang ke rumah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini digunakan untuk menggali dan memahami fenomena yang terjadi dilapangan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini deskriptif karena bermaksud untuk memahami fenomena yang telah dialami dengan lebih spesifik dan secara mendalam seperti: perilaku, cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>23</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun tujuan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yaitu peneliti ingin mendapatkan data secara menyeluruh, dengan mengamati secara langsung obyek penelitian. Selain untuk mendapatkan data, pendekatan kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu: lebih mudah dalam menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan jamak, menyajikan langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden, dan metode pendekatan kualitatif ini sangat peka dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola nilai yang dihadapi. Pendekatan kualitatif ini diambil karena dalam penelitian ini sasaran atau obyek penelitian dibatasi agar data-data yang diambil dapat digali sebanyak mungkin serta agar dalam penelitian ini tidak dimungkinkan adanya

---

<sup>23</sup> Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 6.



pelebaran objek penelitian. Penelitian dilakukan langsung dilapangan, rumusan masalah juga ditemukan dilapangan, kemungkinan data berubah-ubah dan sesuai data yang ada di lapangan, sehingga akan ditemukan sebuah teori baru ditengah lapangan.

Berdasarkan pada teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah penelitian dari pengamatan fenomena yang dapat terperinci dan ilmiah. Pengamatan ilmiah yang dimaksudkan adalah pengamatan yang dimulai dari hal-hal sempit ke hal-hal lebih luas atau bisa dikatakan dengan bentuk induktif ke bentuk deduktif.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis. Adapun lokasi penelitian ini adalah Desa Gunting Kabupaten Pasuruan. Lokasi tersebut dipilih dan dipertimbangkan sebagai berikut:

Desa Gunting Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Sukorejo yang terkenal memiliki usaha batik dengan menggunakan model *Networking*. Model tersebut digunakan untuk memperluas kegiatan usahanya.

## **C. Subyek Penelitian**

Subyek dalam penelitian ini yang dinamakan informan. Adapun subyek pada penelitian ini yaitu pemilik Sanggar Alam Batik yaitu bapak Bapak

Ferry dan beberapa Karyawan di Desa Kabupaten Pasuruan. Sumber informan yaitu pemberi informasi yang dibutuhkan peneliti yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data ialah langkah dalam sebuah penelitian yang paling strategis, karena teknik pengumpulan data merupakan suatu tujuan utamanya yaitu untuk mendapatkan data. Jika peneliti tidak tau tentang teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang diinginkan yang sesuai dengan standar dan suatu penelitian tidak akan sempurna.<sup>24</sup> Adapun teknik pengumpulan data dari penelitian ini sebagai berikut yaitu:

##### **1. Observasi**

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu observasi partisipasi aktif merupakan suatu penelitian yang dalam hal ini peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap. Pada penelitian ini juga dilakukan secara langsung yaitu dengan datang ke lokasi dan dilakukan secara tidak langsung dengan memanfaatkan data-data yang ada.

##### **2. Wawancara**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara semi terstruktur yang dimana tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dengan mengajak bicara

---

<sup>24</sup> Moleong, 224.

subyek penelitian dan mendengarkan pendapatnya serta diminta idenya.

### 3. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa data-data yang diambil dari data-data lapangan serta dokumentasi berupa rekam wawancara bersama subyek penelitian.

## E. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini peneliti memakai tiga tahap yaitu kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi data.<sup>25</sup>

### 1. Kondensasi Data (Data Condensation)

Pada data kualitatif kondensasi data dapat ditransformasikan melalui banyak cara yang meliputi:

#### a. Seleksi Data

Pada tahap ini seorang peneliti harus bertindak selektif yaitu dengan menentukan dimensi yang lebih penting dan hubungan mana yang mungkin lebih bermakna serta yang sebagai konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis.

#### b. Memfokuskan Data

Pada tahap ini yaitu pra analisis merupakan seorang peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. intinya pada tahap ini adalah peneliti hanya membatasi data yang berdasarkan pada rumusan masalah penelitian.

---

<sup>25</sup> Mathew B. Miles, A. Michael Huberman, Jonny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (edition 3)*, (Amerika: Sage, 2014), 32-34.

c. Abstraksi Data

Abstraksi data merupakan bentuk rangkuman yang inti, proses, pertanyaan-pertanyaan. Pada abstraksi data ini data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya data yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan datanya.

d. Menyederhanakan Data dan Transformasi Data

Pada tahap ini data disederhanakan dan ditransformasikan melalui beberapa cara antara lain: melalui seleksi yang ketat, ringkasan atau uraian singkat, bisa juga melalui menggolongkan data dalam satu pola yang lebih luas dan lain sebagainya.

2. Penyajian Data (Display Data)

Penyajian data ialah kumpulan informasi terkompresi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif yaitu teks yang diperluas. Dengan banyaknya teks, manusia tidak terlalu kuat dalam pemrosesan informasi dalam jumlah yang besar. Maka dari itu perlu penyederhanaan pola yaitu dengan matriks, grafik, bagan dan jaringan yang semuanya dirancang untuk mengumpulkan informasi yang terorganisir menjadi sebuah informasi yang dapat diakses dalam bentuk yang lebih ringkas sehingga akan memudahkan dalam pengambilan kesimpulan pada tahap berikutnya.

### 3. Menggambar dan memverifikasi Kesimpulan (Drawing and Verification Conclusion)

Memverifikasi data atau bisa disebut penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari analisis data yang dimana pada tahap ini peneliti menginterpretasikan data dari awal pengumpulan data yang disertakan pembuatan pola dan berupa penjelasan.

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah keabsahan data triangulasi. Dalam pengujian data ini teknik triangulasi terbagi menjadi tiga jenis yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.<sup>26</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada penelitian ini peneliti melakukan dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner kepada Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Apabila data tersebut mendapatkan hasil yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

#### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Dalam penelitian ini ada beberapa tahapan yang harus dilakukan peneliti yaitu:

---

<sup>26</sup> Sugiono, 273-274.

### 1. Tahap pra lapangan

Pada tahap pra lapangan peneliti menyusun rancangan peneliti yang memuat latar belakang, studi pustaka, menentukan lapangan penelitian dan subyek penelitian, rancangan pengumpulan data dan analisis data, rancangan perlengkapan yang diperlukan dilapangan, serta rancangan dalam pengecekan kebenaran data.

### 2. Tahap pekerjaan

Pada tahap pekerjaan ini lapangan peneliti terlebih dahulu memahami latar lapangan dan peneliti turun langsung ke lapangan. Peneliti mengumpulkan data dilapangan melalui 3 cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan sampai data penuh dan tidak ada data yang berbeda dari berbagai sumber serta peneliti sudah mendapatkan data yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

### 3. Tahap analisis data

Pada tahap analisis data ini diharapkan data sudah terkumpul dan selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengelompokkan data hasil penelitian untuk diketemukan aspek-aspek terkait dalam penjualan batik dengan menggunakan *Networking* upaya dalam mengembangkan usaha batik di Desa Gunting Kabupaten Pasuruan yang disesuaikan dengan rumusan masalah penelitian. setelah data dianalisis, data akan diuji keabsahannya melalui teknik triangulasi teknik.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Profil Sanggar Alam Batik

Batik ini berdiri mulai Tahun 2010/2011 dengan menggunakan konsep dasar yaitu bagaimana agar bisa berkontribusi dengan masyarakat sekitar dalam artian dengan membuka lapangan kerja baru dalam bidang ekonomi kreatif khususnya di budidaya batik. Tahun 2010 tidak berbeda dengan pengusaha lainnya dalam artian usaha ini melibatkan pihak Bank untuk peminjaman modal di awal membuka usaha batik dengan kisaran pinjam modal Rp. 5.000.000,00 dan dikembangkan hingga saat ini dengan memiliki aset kurang lebih sekitar 1 Milyar - 1,5 Milyar. Untuk pemasarannya pun juga sama dengan sekarang melalui Pameran dan tidak menggunakan sosial media, karena *Networking* ini tidak harus menggunakan sosial media. *Networking* sendiri merupakan pembentukan jaringan seperti halnya jaringan kerja dengan baik dan tidak hanya di penjualannya saja, akan tetapi apapun yang terlibat juga bisa dikatakan *Networking*. Dengan berjalannya waktu batik tersebut semakin berkembang pesat sehingga batik ini diberi nama Sanggar Alam Batik.

Sanggar Alam Batik itu sendiri berdiri pada Tahun 2011 tepatnya berada di Desa Jatiarjo di Dusun Cowek dan itupun hanya 1 Tahun saja prosesnya juga sama menggunakan *Networking*. Pak Bapak Ferry selaku pemiliknya membina masyarakat dan mengajarkan masyarakat sekitar

untuk menekuni batik. Awal mulanya mereka memulai dari nol yang mana mereka tidak bisa membatik dan tidak mengenal batik. Untuk perkembangannya tidak bisa dibandingkan karena itu semua adalah jalur perjalanan. Beda lagi dengan berdirinya Sanggar Alam Batik yang duhulu pada Tahun 2006-2010 dengan memegang benderanya orang tua. Pada saat orang tua menjadi *leader*, perbandingannya sangat jauh karena lebih cepat perkembangannya di Sanggar Alam Batik.

Pindah ke Desa Gunting pada Tahun 2013 hingga sekarang dengan menggunakan konsep dasar yang mana batik ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dengan salah satunya menggunakan *Networking* yang mana dapat berkembang pesat mulai dari Taman Dayu Golf, Diayusisi, Tretes Trastasiu, Hotel Tengger, Dunia Pendidikan Luar Sekolah, Dinas Sosial Provinsi serta Pendidikan dengan Korea Selatan.

Dalam sistem *Networking* Ekosistem dilakukan mulai dari bahan-bahan baku batik, hingga memproduksinya ke pemasaran. Bahan baku itu sendiri yaitu warna alam yang mana warna alam tersebut dapat menanam sendiri. Warna alam yang lebih utamanya disebut *Indigo Strobilanthes* yang penanamannya dilakukan di wilayah Tukur pesertanya dengan Petani Apel. warna alam yang dibudidayakan di wilayah Gunting sendiri ialah *Bixa Orellana*. Kedua tumbuhan tersebut aslinya berasal dari Jepang, Thailand dan Australia, namun di Jawa kedua tumbuhan tersebut sulit di



temui dan hanya ada di Sanggar Alam Batik saja sejak 2 Tahun lalu hingga sekarang sudah memproduksi tumbuhan tersebut.<sup>27</sup>

Dari penjelasan di atas bahwa Sanggar Alam Batik ini berkembang pesat, akan tetapi dengan berkembangnya Sanggar Alam Batik ini hanya di *handle* satu orang saja yaitu Pak Bapak Ferry tanpa ada pembagian struktur.

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan Sanggar Alam Batik

### a. Visi

- 1) Pelestarian budaya yaitu berasal dari Batik itu sendiri
- 2) Memperbesar dan memperluas pasar produk dengan merek Paelo
- 3) Membantu meningkatkan perekonomian masyarakat

### b. Misi

- 1) Selalu menjaga kualitas
- 2) Selalu mempertahankan komitmen untuk selalu membuat konsumen merasa puas
- 3) Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan
- 4) Mengajarkan ke masyarakat yang berupa motivasi bahwasannya dengan batik ini ketika ditekuni akan menghasilkan banyak pundi-pundi rupiah
- 5) Menumbuhkan rasa percaya diri bahwa dengan usaha sendiri kita mampu berkembang.

---

<sup>27</sup>Sanggar Alam Batik, “Sejarah Sanggar Alam Batik”, 05 Juli 2022.

### c. Tujuan

Untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat dengan berbasis budaya.

## B. Penyajian dan Analisis data

Penyajian data dan analisis merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Sanggar Alam Batik Desa Gunting Kabupaten Pasuruan dengan menggunakan metode pengumpulan data, yaitu berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data dari hasil lapangan dianalisis secara detail sehingga akan menghasilkan beberapa temuan. Diantara beberapa temuan tersebut secara garis besar meliputi 2 hal yaitu: Model *Networking* beserta Praktiknya dan Analisis Model *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan.

### 1. Praktik *Networking* dalam Penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan

#### a. *Networking*

Adapun *Networking* yang harus dilakukan oleh sanggar alam batik, yaitu:

##### 1) Bertemu orang baru

Memperluas jaringan bisnis sangatlah penting untuk membantu sebuah usaha yang salah satunya yaitu dengan bertemu orang baru. Semakin sering berinteraksi dengan orang, maka akan semakin luas ilmu pengetahuan yang dimiliki. Selain dapat membantu dalam meringankan beban pekerjaan, bertemu orang

baru juga dapat memperluas koneksi yang dimiliki. Kesempatan untuk bertemu dengan orang baru seringkali dimanfaatkan dengan baik oleh para orang sukses.

Berkenaan dengan perluasan jaringan yang dimiliki oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

Dari segi bertemu orang baru, saya sudah sering kali bertemu dengan orang baru. Dalam menemukan sebuah jaringan kita perlu adanya pertemuan dengan orang lain untuk menggali sebuah informasi. Dalam hal ini saya melakukan perkenalan terlebih dahulu supaya orang lain merasa nyaman dengan saya, jika sudah nyaman maka akan semakin akrab. Namun, tanpa saya sadari bahwa bertemu dengan orang baru juga dapat menambah wawasan dan juga menambah jaringan (*Networking*). Secara otomatis hal tersebut dapat memperluas pengetahuan orang dalam mengenali Sanggar Alam Batik ini. Bertemu orang baru tidak hanya untuk pengenalan saja akan tetapi juga untuk menjalin koneksi. Dengan menjalin koneksi ini saya dapat menambah aset yang dapat diterapkan di setiap proses pekerjaan. Menjalinkan koneksi dengan orang-orang sekeliling saya harus dilakukan dengan sebaik mungkin, salah satunya cara bicaranya dengan sopan dan menggunakan bahasa yang halus.<sup>28</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai bertemu orang baru. Mas Billy mengatakan:

“Kalau bertemu orang baru memang mas Bapak Ferry sering mbak, karena itu merupakan salah satu cara beliau untuk menjalin interaksi dengan orang lain dalam membangun sebuah koneksi. Tujuannya untuk mengenal lebih dekat dan mengetahui latar belakang mereka. Maka

---

<sup>28</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 25 Agustus 2022

dengan begitu kita juga menambah jaringan dan semakin banyak jaringan (*Networking*) tanpa kita sadari akan semakin banyak pula pelanggan yang akan kita dapat.”<sup>29</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa dalam menjalin sebuah koneksi diperlukan pertemuan orang baru. Dengan menjalin koneksi ini dapat menambah aset yang dapat diterapkan di setiap proses pekerjaan dan dengan bertemunya orang baru juga dapat menambah wawasan dan menambah jaringan (*Networking*). Sehingga dapat memperluas ilmu pengetahuan orang-orang untuk mengenali Sanggar Alam Batik.

## 2) Membagi informasi dengan orang sekitar

Berbagi informasi dapat menularkan energi positif kepada diri sendiri dan orang lain. Didalam usaha atau bisnis dalam membagi informasi disekelilingnya itu juga sangat penting. Jika semakin sering berbagi informasi dengan orang sekitar maka semakin banyak orang yang memahami dan mengerti produk perusahaan tersebut.

Berkenaan dengan berbagi informasi yang dimiliki oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Dari segi membagi informasi dengan orang sekitar, saya juga sering membagi informasi terkait usaha yang saya punya ini mbak, dan bahkan hampir setiap hari saya memberikan informasi itu, contohnya saya pernah

---

<sup>29</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting, Kab. Pasuruan, 28 Agustus 2022.

melakukan sosialisasi kecil-kecilan dengan orang sekitar yang dimana dalam sosialisasi itu saya membahas terkait bagaimana melestarikan budaya indonesia ini yaitu dengan mengenal batik hasil karya lokal yang dapat memberikan suatu pundi-pundi rupiah kepada mereka. Selain itu, untuk memperbanyak dan memperluas jaringan paling utama yang saya lakukan adalah mengenalkan produk di Sanggar Alam Batik ini baik kepada orang sekitar ataupun dengan halayak umum lainnya. Dengan mengenalkan produk yang saya miliki ini, orang-orang akan mengerti apa saja yang dikelola di Sanggar Alam Batik ini seperti halnya batik cap dan batik tulis. semakin saya mengenalkan produk tersebut maka orang-orang dengan sendirinya bisa membedakannya.”<sup>30</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai membagi informasi dengan orang sekitar. Mas Billy mengatakan:

“Untuk membagi informasi dengan orang sekitar juga dilakukan oleh mas Bapak Ferry mbak. Salah satunya yaitu mengumpulkan masyarakat sekitar dengan bertujuan agar masyarakat dapat mengenali batik seperti halnya batik cap dan batik tulis.”<sup>31</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa pengaruh membagi informasi dengan sekitar dapat menambah sebuah jaringan. Salah

satunya dengan melestarikan budaya indonesia yaitu mengenalkan batik hasil karya lokal yang dapat memberikan suatu pundi-pundi rupiah bagi mereka. Selain itu, untuk memperbanyak dan memperluas jaringan paling utama adalah mengenalkan produk di Sanggar Alam Batik baik kepada orang sekitar ataupun dengan halayak umum lainnya.

<sup>30</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 25 Agustus 2022.

<sup>31</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting, Kab. Pasuruan, 28 Agustus 2022.

### 3) Tetap berhubungan baik

Pada kegiatan berbisnis, tentu memerlukan aspek etis agar mampu bertindak sesuai aturan, terutama dalam berbisnis. Sebuah perusahaan memiliki keyakinan bahwa bisnis yang baik adalah bisnis yang memiliki aspek etis di dalamnya. Jika membahas aspek etis dalam berbisnis yang lebih utama adalah berhubungan baik terutama pada pelanggan. Apabila pengusaha menjaga hubungan atau komunikasi yang baik dengan pelanggan maka pelanggan tersebut semakin tertarik dengan produknya.

Berkenaan dengan tetap menjaga hubungan baik yang dimiliki oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Dari segi tetap berhubungan baik, itu sudah pasti saya lakukan dalam menjalankan bisnis ini terutama dalam melayani pelanggan dan dalam mengutamakan kepuasan pelanggan. Hubungan yang baik itu memang harus diterapkan oleh setiap orang mbak, termasuk saya ini sebagai pemilik dari usaha Sanggar Alam Batik yang memang diharuskan untuk mendapatkan suatu jaringan dalam berbisnis, ya tujuannya untuk memperluas jaringan agar produknya dikenal oleh banyak orang dengan baik pula. Kalau kita punya hubungan baik dengan orang lain otomatis kita akan dikenal dengan baik mbak, kurang lebih begitu mbak.”<sup>32</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai tetap berhubungan baik. Mas Billy mengatakan:

---

<sup>32</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 25 Agustus 2022.

“Dalam hubungan baik juga dilakukan oleh mas Bapak Ferry dan hal itu juga diutamakan di Sanggar Alam Batik agar nama baik Sanggar Alam Batik sendiri tetap terjaga. Semakin berhubungan baik Sanggar Alam Batik terhadap seseorang maka semakin akrab dan lebih mengenal produk kita. Secara otomatis semakin luas jaringan bisnis yang kita lakukan.”<sup>33</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa pengaruh hubungan baik dalam suatu usaha itu sangat penting terutama dalam melayani pelanggan dan dalam mengutamakan kepuasan pelanggan. Hubungan yang baik itu memang harus diterapkan oleh setiap orang salah satunya di Sanggar Alam Batik. Dengan tetap berhubungan baik dapat juga memperluas jaringan (*Networking*) dalam menjalankan sebuah usaha tersebut.

#### **b. Praktik Networking**

*Networking* dalam bisnis adalah proses membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pelaku bisnis lainnya. Tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan saja, *Networking* dalam bisnis

justeru berfokus pada proses untuk menciptakan hubungan saling kepercayaan. *Networking* bisnis ini juga melibatkan pertemuan langsung seperti halnya konferensi dan acara jejaring. Dalam praktik

*Networking* dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu:

---

<sup>33</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting, Kab. Pasuruan, 28 Agustus 2022.

### 1) Bekerja sama dengan perhotelan

Bekerja sama dengan perhotelan dapat menambah jaringan (*Networking*) dalam sebuah bisnis. Bekerja sama dengan perhotelan dapat mempercepat perkembangan dalam bisnis karena sebuah perhotelan sering dikunjungi berbagai orang mana saja.

Berkenaan dengan bekerja sama dengan perhotelan yang dilakukan oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Bekerja sama dengan perhotelan adalah salah satu *Networking* saya mbak. Awal mula bekerja sama dengan perhotelan yaitu di kabupaten ada sebuah kegiatan-kegiatan salah satunya kegiatan pariwisata dan saya bergabung juga didalam pariwisata ini ntah dipengrajin ataupun dihotelnya yang ada di kabupaten Pasuruan dan disitu juga ada grub pariwisata dimana saya berkolaborasi dengan grub tersebut sehingga saya disepakati di beberapa hotel untuk bekerja sama ntah itu dari hasil produk ataupun kegiatan-kegiatan yang sifatnya berkaitan dengan ke pariwisata terutama dibidang batik. Kenapa kok bisa bekerja sama dengan perhotelan? Karena ya itu tadi memang awalnya sudah mengenali orang-orang di hotel tersebut malah semua managernya saya kenal untuk perhotelan dan saya juga punya paguyuban dengan manager perhotelan yang ada di Kabupaten Pasuruan semua. Dalam bekerja sama dengan perhotelan yang saya lakukan biasanya adalah mengenalkan terlebih dahulu produk saya yaitu Batik lalu mengajarkan bagaimana cara pembuatan batik mulai dari mencanting hingga pewarnaan. Ketika orang-orang di hotel ini mengenali batik yang saya ajarkan itu tadi secara tidak langsung saya mendapatkan jaringan juga, otomatis orang-orang di hotel ini akan minat pada produk saya.”<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 14 September 2022.



Adapun kegiatan dalam bekerja sama dengan perhotelan dalam wawancara di atas diperkuat dengan dokumentasi berikut ini:



**Gambar 4.1**  
**Bekerja sama dengan perhotelan**

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai bekerja sama dengan perhotelan. Mas Billy mengatakan:

“Memang betul sekali apa yang dikatakan mas Bapak Ferry, untuk mempercepat berkembang Sanggar Alam Batik ini kita juga bekerja sama dengan perhotelan. Kenapa kok kita bisa pemasarnya hingga di perhotelan? Karena ya memang dasarnya mas Bapak Ferry ini kenal disetiap manajer hotel yang ada di kabupaten Pasuruan ini. Jadi kita diminta untuk mengajarkan batik ini disekitar hotel tersebut. Cara kita untuk mengenalkan produknya yaitu dengan cara mengajarkan batik ini dan menjelaskan batik apa saja yang ada di Sanggar Alam Batik itu sendiri.<sup>35</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa pengaruh dalam bekerja sama dengan perhotelan ialah salah satunya menambah suatu jaringan (*Networking*). Awal mula bekerja sama dengan perhotelan

<sup>35</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 19 September 2022.

yaitu di kabupaten ada sebuah kegiatan-kegiatan salah satunya kegiatan pariwisata. Kemudian berkolaborasi dengan grub tersebut sehingga dapat disepakati di beberapa hotel untuk bekerja sama mulai dari hasil produk ataupun kegiatan-kegiatan yang bersifat ke pariwisata terutama dibidang batik.

## 2) Bekerja sama dengan pendidikan/sekolahan

Pendidikan dan dunia usaha merupakan dua elemen yang tidak bisa dipisahkan, sebab dari dunia pendidikan akan menghasilkan bibit-bibit unggul yang dapat meningkatkan kualitas perusahaan di dunia kerja. Dalam mengenalkan produk sebuah bisnis atau usaha dan bekerja sama dengan sekolah-sekolah lainnya sangatlah berpengaruh penting dalam mengembangkan sebuah usaha.

Berkenaan dengan bekerja sama dengan pendidikan/sekolahan yang dilakukan oleh pengusaha Sanggar Alam Batik,

peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk bekerja sama dengan pendidikan ataupun sekolah memang saya lakukan mbak, karena bekerja sama dengan pendidikan kita akan menyiapkan bibit-bibit unggul yang dapat mengembangkan Sanggar Alam Batik ini. Bagaimana kok bisa bekerja sama dengan pendidikan yaitu Getok tular artinya dengan sekolah yang satu kita melakukan sebuah kegiatan dan sekolah lainnya pun juga mendapatkan informasi dari sekolah yang sudah saya datangi tersebut secara tidak langsung Sanggar Alam Batik ini akan menyebar dengan sendirinya. Makanya kan yang lebih utama saya jaga ialah kualitas pelayanan karena hal itu menjadi penyebaran yang melalui mulut ke mulut. Awal

mula Sanggar Alam Batik ini menyebar mulai dari Kota, Kabupaten dan Provinsi mereka mendapatkan nomor whatsapp saya dari banner (spanduk) disaat pameran mereka melihat dan mengambil dari situ. Ada juga yang membacanya dari google kebanyakan orang-orang mengambil dari situ. Jadi, untuk kota, kabupaten dan provinsi ini mereka datang dan mengajukan ke saya untuk melakukan pelatihan disperindag dan dinas koperasi UMKM. Yang kita lakukan sama juga dengan yang diperhotelan yaitu mengajarkan anak-anak untuk membatik mulai dari mencanting hingga ke pewarnaan.”<sup>36</sup>

Adapun kegiatan dalam bekerjasama dengan sekolah atau pendidikan diperkuat dengan observasi saat peneliti melakukan penelitian langsung di lapangan dan dokumentasi berikut ini :



**Gambar 4.2**  
**Kerja sama dengan sekolah**

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai bekerja sama dengan pendidikan.

Mas Billy mengatakan:

“Untuk bekerja sama dengan pendidikan sama juga yang kita lakukan yaitu mengajarkan dan juga mengenalkan mbak. Awal mula pemasaran di sekolahan yaitu mereka yang mendatangi kita dulu memang pada dasarnya sekolah tersebut sudah mengenali mas Bapak Ferry, mala kebanyakan sekolahan yang mengenali mas Bapak Ferry.

<sup>36</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 14 September 2022.

Mereka mengetahui informasi tentang Sanggar Alam Batik ini biasanya dari Google mbak atau dari spanduk pas waktu pameran dulu. Dari situlah Sanggar Alam Batik kita ini dapat dikenali banyak orang dan jaringannya (*Networking*) pun semakin luas.<sup>37</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa Awal mula Sanggar Alam Batik ini menyebar mulai dari Kota, Kabupaten dan Provinsi mereka mendapatkan nomor whatsapp saya dari banner (spanduk) disaat pameran mereka melihat dan mengambil dari situ. Ada juga yang membacanya dari google kebanyakan orang-orang mengambilnya. Bekerja sama dengan pendidikan akan menyiapkan bibit-bibit unggul yang dapat mengembangkan Sanggar Alam Batik ini. Dengan bekerja sama melalui pendidikan dapat berpengaruh besar untuk Sanggar Alam Batik salah satunya dapat berjalan dengan lancar dan dapat dikenal banyak orang atau bertambah luas jaringannya (*Networking*).

### **3) Ikut serta dalam sebuah Pameran**

Dalam menjalankan sebuah bisnis dan agar bisnis tersebut tetap berjalan lancar dapat dilakukan berbagai cara salah satunya dengan mengikuti sebuah pameran. Menhadiri sebuah pameran merupakan suatu hal yang menguntungkan bagi setiap pebisnis terutama dalam sistem pemasaran.

---

<sup>37</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 19 September 2022.

Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Biasanya untuk pemasaran Sanggar Alam Batik ini saya juga ikut serta dalam sebuah pameran yang difasilitasi oleh pemerintah daerah mbak, yang pada akhirnya saya bisa mengikuti sebuah pameran tunggal (pribadi) yaitu pameran di Belanda. Di Belanda saya tidak hanya melakukan pameran di satu tempat saja mbak melainkan di berbagai tempat. Pada awalnya pameran di Belanda ini mereka sendirilah yang menghubungi saya. Mereka mengenal dan mendapatkan informasi tentang Sanggar Alam Batik ini dari google mbak. Di google ada banyak liputan-liputan serta tulisan tentang Sanggar Alam Batik ini mbak. Informasi yang muncul google ini yang menulis bukan saya melainkan orang lain. Hal tersebut secara tidak langsung menjadi testimoni untuk semua orang dan menurut saya sudah menyebar luas tanpa harus melakukan pemasaran online.”<sup>38</sup>

Adapun kegiatan ikut serta dalam sebuah pameran diperkuat dengan dokumentasi berikut ini :



**Gambar 4.3**  
**Ikut serta dalam sebuah pameran**

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik yaitu Mas Billy yang mengatakan bahwa:

<sup>38</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 14 September 2022.

“Benar apa yang dikatakan oleh mas Bapak Ferry mbak kalau Sanggar Alam Batik ini juga melakukan pameran salah satunya di Belanda. Dalam pameran di Belanda ini kita tidak hanya disatu tempat saja melainkan diberbagai tempat juga mbak. Awal mula Sanggar Alam Batik ini dikenal oleh orang-orang belanda mereka mendapatkan informasinya dari google. Jadi kita tidak perlu untuk memasarkan Sanggar Alam Batik ini di sosial media mbak.”<sup>39</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa awal mula Sanggar Alam Batik ini menyebar karena informasi dari google. Di google ada banyak liputan-liputan serta tulisan tentang Sanggar Alam Batik. Untuk informasi dari google ini yang menulis adalah seorang wartawan ataupun orang lain. Dengan mengikuti sebuah pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Sanggar Alam Batik ini jadi terkenal dan dikenal banyak orang. Dari disinilah dapat terlihat sebuah jaringan yang datang dengan sendirinya melalui sebuah pengenalan produk melalui pameran.

### **c. Penjualan Batik**

#### **1) Harga**

Dalam menjalankan sebuah usaha harga merupakan satuan penting untuk memudahkan proses jual beli. Harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Untuk meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dalam sebuah usaha dapat dilihat dari harga yang ditentukannya.

---

<sup>39</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 19 September 2022.



Berkenaan dengan harga yang ditentukan oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Dalam melakukan penjualan batik pasti ada yang dinamakan sebuah harga. Yang mana harga itu sudah ditetapkan mulai dari harga 150 ribu hingga yang paling mahal yaitu 350 juta perlembarnya, Satu lembarnya 2,5 meter mbak. Harganya saya menyesuaikan dengan budget dan menyesuaikan dengan kualitasnya juga. Biasanya harga promo saya ada pada setiap pertahun yaitu pada waktu hari batik yang mana potongan harga tersebut dimulai dari 10% hingga 50%. Untuk proses pembayarannya yang biasa saya lakukan yaitu melalui ATM atau transferan mbak.”<sup>40</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai harga. Mas Billy mengatakan:

“Sesuai dengan ketetapan harga yang ditentukan oleh mas Bapak Ferry mbak dan biasanya sih kalau untuk harga mulai yang paling murah 150 ribu dan paling mahal hingga 350 juta perlembar. Kalau untuk harga promo dilakukan pertahun setiap hari batik mbak dan untuk potongan harganya saya kurang tahu karna semuanya diatur oleh mas Ferry mbak. Dalam proses pembayarannya agar lebih mudah biasanya melalui tranferan mbak”.<sup>41</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa penjualan batik ini sangat membutuhkan yang namanya harga. Yang mana harga ini sudah ditetapkan oleh setiap pebisnis mulai dari harga 150 ribu hingga 350 juta dan ada juga potongan harga (promo) mulai dari 10% hingga 50% dalam setiap melakukan bisnis agar bisnis

<sup>40</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 14 September 2022.

<sup>41</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 19 September 2022.

tersebut bisa berjalan dengan lancar. Untuk proses pembayaran dapat dilakukan melalui ATM agar dapat mempermudah sebuah transaksi jual beli.

## 2) Promosi

Sebuah perusahaan dan usaha kecil sering melakukan promosi produk sebagai alat pemasaran untuk mendatangkan pelanggan. Selain itu promosi dapat dilakukan supaya produk yang dijual dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga mereka dapat ikut membeli dan menggunakannya. Dalam kegiatan promosi ini dapat memperlancar dan mengembangkan sebuah bisnis.

Berkenaan dengan promosi yang dilakukan oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Dalam mengenalkan dan mengembangkan Sanggar Alam Batik ini saya melakukan dengan berbagai macam cara untuk menarik pelanggan yaitu dengan promosi. Bentuk promosi saya yaitu melakukan pameran yang bukan hanya ditujukan kepada masyarakat umum saja, tetapi juga di sebuah pendidikan dan lain sebagainya. Untuk pameran ini biasanya saya lakukan diberbagai tempat salah satunya yaitu di taman dayu golf, diayusisi, tretes trastasiu, hotel tengger, dunia pendidikan luar sekolah, dinas sosial provinsi, Pendidikan dengan korea selatan dan belanda. Itulah merupakan salah satu bentuk promosi yang saya lakukan”.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 14 September 2022.



Adapun kegiatan promosi yang dilakukan pemilik Sanggar Alam Batik.



**Gambar 4.4**  
**Promosi batik**

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan Sanggar Alam Batik mengenai promosi. Mas Billy mengatakan:

“Benar apa yang dikatakan oleh mas Bapak Ferry itu kalau untuk promosinya kita melakukannya diberbagai tempat. Salah satunya di daerah taman dayu golf Pasuruan, diayusisi juga di Pasuruan, tretes trastasiu Pasuruan, hotel tengger Pasuruan dan juga melakukan pameran didunia pendidikan. Pernah juga pameran pendidikan dengan korea selatan dan belanda.”<sup>43</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa dengan mengenalkan

dan mengembangkan Sanggar Alam Batik dapat dilakukan dengan berbagai macam. Salah satunya yaitu melakukan pameran dan mengenalkan ke khalayak umum seperti di masyarakat sekitar dan di sebuah pendidikan. Untuk pameran ini biasanya dilakukan diberbagai tempat salah satunya yaitu ditaman dayu golf, diayusisi, tretes trastasiu, hotel tengger, dunia pendidikan luar sekolah, dinas sosial provinsi, Pendidikan dengan korea selatan dan belanda.

<sup>43</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 19 September 2022.

Dengan melakukan berbagai cara tersebut dapat mengembangkan dan menambah sebuah jaringan (*Networking*) dalam suatu usaha tersebut.

### 3) Kualitas

Dalam dunia bisnis agar produknya dapat dikenal banyak orang yang paling utama adalah menjaga kualitas. Dengan menjaga kualitas dengan baik dapat memuaskan dan menarik pelanggan untuk membelinya. Suatu produk akan dianggap berkualitas bila spesifikasinya sudah sesuai dengan standar kualitas yang sudah ditentukannya.

Berkenaan dengan kualitas yang ditentukan oleh pengusaha Sanggar Alam Batik, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pemilik Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk kualitas memang saya utamakan mbak karena kenapa? Dengan saya menjaga kualitas dengan baik maka orang-orang akan banyak yang minat dengan Sanggar Alam Batik ini dan orang-orang akan menyukai batik yang saya produksi ini. Produk Sanggar Alam Batik ini dengan harga yang mahal menyesuaikan dengan kualitasnya mbk. Kita memberikan harga yang mahal, jadi kita juga harus memberikan hasil yang terbaik sehingga pelanggan kita merasa puas dan tertarik membeli produk kita lagi”<sup>44</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan

Sanggar Alam Batik mengenai kualitas. Mas Billy mengatakan:

“Benar apa yang dikatakan mas Bapak Ferry untuk kualitas produk memang diutamakan di Sanggar Alam Batik ini

---

<sup>44</sup> Ferry Sugeng Santoso, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 14 September 2022

mbak. Dengan menjaga kualitas produk maka orang-orang banyak yang meminatnya. Pernah pada waktu itu ada orang yang memesan batik di Sanggar Alam Batik ini kita sesuaikan dengan target yang diminta oleh pelanggan. Dengan begitu pelanggan dapat menyukai dan menyenangi produk yang kita berikan”.<sup>45</sup>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa mengutamakan kualitas dalam sebuah usaha sangatlah penting sehingga orang-orang dapat menyukai dan menyenangi produk tersebut. Kualitas dengan kesesuaian yang ada di Sanggar Alam Batik ini, untuk harganya dapat menyesuaikan dengan apa yang dipesan oleh pelanggan dan sesuai dengan tingkat baik buruknya produk tersebut, karena ada harga ada kualitas juga.

## **2. Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan Batik di Sanggar Alam Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan**

Dampak penerapan *Networking* (jejaring) dalam sebuah bisnis sangat penting untuk mengembangkan dan memperluas jaringan dalam melakukan usaha. Menggunakan *Networking* (jejaring) dapat dikenal luas oleh masyarakat sehingga dapat memaksimalkan keuntungan yang ingin didapatkan. Untuk memperlancar *Networking* (jejaring) dalam penjualan batik ini ada satu *club* yang mendukung dan membantu berjalannya usaha batik ini yaitu Sanggar Alam Batik Persekutu.

---

<sup>45</sup> Mas Billy, *wawancara*, Desa Gunting Kab. Pasuruan, 19 September 2022

Adapun hasil wawancara yang telah didapatkan terkait dampak penerapan *Networking* dalam Penjualan Batik yang dijalankan oleh Sanggar Alam Batik Persekutu dalam penelitian ini sebagai berikut:

Dampak penerapan *Networking* dalam Sanggar Alam Batik Persekutu ini yaitu sebuah Grup (club) yang membantu dalam menjalankan usaha dalam melakukan *Networking* (Jejaring). Sanggar Alam Batik Persekutu untuk saat ini masih belum ada perkembangan yang signifikan, karena Sanggar Alam Batik Persekutu ini baru berdiri sekitar 2 sampai 3 Tahun tidak bisa berjalan dengan baik karena melihat kondisi sekarang ini. Kondisi saat ini berbeda dengan yang sebelumnya, sehingga dengan kondisi sekarang ini sangat berpengaruh dengan Sanggar Alam Batik Persekutu akan tetapi tidak menjadi besar dalam pengaruh pada Sanggar Alam Batik sendiri. Tujuannya Sanggar Alam Batik Persekutu ialah menjadi bentuk lain dari Network (jejaring) dalam menjalankan sebuah usaha. Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pengusaha Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Sanggar Alam Batik Persekutu ini adalah sebuah pilar atau sebuah wadah, dimana lebih arahnya ke *Networkingnya* dan bekerja dengan pihak luar tanpa menggunakan orang-orang Sanggar Alam Batik sendiri. Cara bekerja Sanggar Alam Batik Persekutu untuk memperlancar dalam melakukan *Networkingnya*. Terdapat tim yang dibentuk dengan beberapa bidang diantaranya yaitu: tim Fotografi, Designer, Make up artis. Dalam hal tersebut saya ciptakan menjadi satu ekosistem, yang mana ekosistem itu sendiri meliputi kebutuhan seperti pariwisata karena untuk ekonomi kreatif saya bergerak dipariwisatanya.”

Adapun yang melibatkan Sanggar Alam Batik Persekutu ini adalah ketika berjejaring (*Networking*) melalui Pendidikan. Jejaring (*Networking*) melalui pendidikan juga melalui Sanggar Alam Batik Persekutu ini. Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pengusaha Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Sanggar Alam Batik Persekutu dengan melalui pendidikan ini memang saya gerakkan misalkan saya bekerja sama dengan sekolahan dan ketika ada permintaan pelatihan di sekolah-sekolah yang lainnya. Mengapa saya sebutkan Sanggar Alam Batik Persekutu? karena disitu melibatkan teman fotografi jadi saya tidak melatih saya. Misalkan ada sekolah yang membutuhkan Workshop untuk fotografi saya langsung menyediakan begitupun sebaliknya membutuhkan desain fashion juga saya adakan, Misalkan untuk karnaval dll. Melakukan hal tersebut tergantung permintaan dari sekolah yang saya kunjungi mbak”.

Adapun kinerja Sanggar Alam Batik Persekutu di dalam suatu pendidikan ini setiap kegiatan fotografi, desainer, outbound, make up, dll adalah *per event* atau pra acara. Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pengusaha Sanggar Alam Batik. Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk kinerja Sanggar Alam Batik Persekutu ini di dalam pendidikan ialah *per event* mbak. Maksudnya *per event* disini adalah setiap yang dibutuhkan atau yang diminta oleh sekolahan pasti saya siapkan mulai dari fotografi, outbound, desainer, make up, dll. Sesuai dengan permintaan sekolahan pasti saya penuhi misalkan kalau sekolahan butuhnya fotografi ya saya siapkan fotografi, kalau sekolahan membutuhkan outbound ya saya siapkan outbound juga begitupun seterusnya mbak. Jadi saya tinggal menyesuaikan saja mbak”.

Dalam sebuah jaringan (*Networking*) juga membutuhkan sebuah *club* atau sebuah wadah untuk membantu semua kegiatan dalam

berjejaring. *Club* tersebut bernama Sanggar Alam Batik Persekutu yang mana *club* ini sangat berperan penting dalam menjalankan sebuah jejaring (*Networking*). Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Ferry selaku pengusaha Sanggar Alam Batik.

Beliau mengatakan bahwa:

“Jika berbicara mengenai peran dalam sebuah *club* Sanggar Alam Batik Persekutu ini sangat berperan penting juga mbak untuk melakukan *Networking* (sebuah Jejaring) kenapa saya katakan sangat berperan penting? Karena setiap ada kegiatan di sekolah pasti berkolaborasi dengan Sanggar Alam Batik Persekutu ini mbak. Semisal ada sekolah yang membutuhkan fotografi, outbound, make up, dll maka Sanggar Alam Batik Persekutulah yang menyediakan itu semua mbak”.

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasannya dampak penerapan *Networking* (Jejaring) juga membutuhkan sebuah *club* atau wadah untuk membantu melancarkan sebuah kegiatan di dalam sekolah atau pendidikan. Adapun *club* yang didirikan untuk menjalankan sebuah *Networking* tersebut ialah Sanggar Alam Batik Persekutu yang mana Sanggar Alam Batik persekutu ini yang menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan saat melakukan sebuah pameran, salah satu contohnya di persekolahan seperti halnya mempersiapkan bagian *Photography, Designer, Outbound, make up*, dll. Maka dari itu Sanggar Alam Batik Persekutu ini sangat berperan penting dan membantu dalam melakukan kegiatan disekolah karena ketika melakukan *Networking* (jejaring) ke sekolah Sanggar Alam Batik Persekutu yang selalu menyediakannya. Dampak penerapan *Networking* antara Sanggar Alam

Batik dengan Alam Batik Persekutu yaitu sangat membantu penerapan *Networking* ini.

### C. Pembahasan Temuan

Dalam pembahasan temuan ini, peneliti akan melakukan pembahasan mengenai temuan-temuan yang telah didapatkan dalam penelitian mengenai “Analisis Praktik *Networking* dalam Penjualan Batik di Desa Gunting Kabupaten Pasuruan”.

Temuan yang didapatkan oleh peneliti berupa data yang telah diperoleh peneliti dalam bentuk argumentasi dari beberapa informan yaitu oleh pemilik Sanggar Alam Batik dan karyawan. Adapun dokumentasi yang didapatkan yaitu berasal dari foto-foto yang telah peneliti dokumentasikan selama penelitian berlangsung.

#### 1. Praktik *Networking* dalam Penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan

##### a. *Networking*

*Networking* atau Jejaring merupakan salah satu wadah atau tempat untuk melakukan sebuah pemasaran yang dilakukan dengan cara membuat koneksi diantara orang-orang atau sekelompok yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan usaha atau bisnis tersebut.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik, *Networking* yang dilakukan terdiri dari 3 tahap, antara lain:



### 1) Bertemu Orang Baru

Bertemu orang baru ialah Memperluas jaringan dan mengembangkan sebuah bisnis. Semakin sering berinteraksi dengan orang, maka akan semakin luas ilmu pengetahuan yang dimiliki. Selain dapat membantu dalam meringankan beban pekerjaan, bertemu orang baru juga dapat memperluas koneksi yang dimiliki.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik dengan bertemu orang baru dapat menjalin koneksi ini dapat menambah aset yang dapat diterapkan di setiap proses pekerjaan. Kesempatan untuk bertemu dengan orang baru seringkali dimanfaatkan dengan baik oleh para orang sukses. bertemu dengan orang baru juga dapat menambah wawasan dan juga menambah jaringan (*Networking*). Secara otomatis hal tersebut dapat memperluas pengetahuan orang dalam mengenali Sanggar Alam Batik.

Dari data di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Charles Berger dan Richard J. yang menyatakan bahwa dalam aspek kognitif seseorang yang bertemu dengan orang asing akan selalu muncul pertanyaan tentang orang



asing tersebut karena tidak memiliki pemahaman tentang latar belakang interpersonal orang asing tersebut.<sup>46</sup>

## 2) Membagi informasi dengan orang sekitar

Berbagi informasi dapat menularkan energi positif kepada diri sendiri dan orang lain. Di dalam usaha atau bisnis dalam membagi informasi di sekelilingnya itu juga sangat penting. Jika semakin sering berbagi informasi dengan orang sekitar maka semakin banyak orang yang memahami dan mengerti produk perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik pengaruh membagi informasi dengan sekitar dapat menambah sebuah jaringan. Salah satunya dengan melestarikan budaya Indonesia yaitu mengenakan batik hasil karya lokal yang dapat memberikan suatu pundi-pundi rupiah bagi mereka. Selain itu, untuk memperbanyak dan memperluas jaringan paling utama

adalah mengenalkan produk di Sanggar Alam Batik baik kepada orang sekitar ataupun dengan halayak umum lainnya.

## 3) Tetap Berhubungan Baik

Pada kegiatan berbisnis, tentu memerlukan aspek etis agar mampu bertindak sesuai aturan, terutama dalam berbisnis. Sebuah perusahaan memiliki keyakinan bahwa bisnis yang baik adalah bisnis yang memiliki aspek etis di dalamnya. Jika membahas aspek

---

<sup>46</sup> Dr. Ali Nurdin, *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*, (Jakarta: Kencana 2020), 94.

etis dalam berbisnis yang lebih utama adalah berhubungan baik terutama pada pelanggan. Apabila pengusaha menjaga hubungan atau komunikasi yang baik dengan pelanggan maka pelanggan tersebut semakin tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik pengaruh hubungan baik dalam suatu usaha itu sangat penting terutama dalam melayani pelanggan dan dalam mengutamakan kepuasan pelanggan. Hubungan yang baik itu memang harus diterapkan oleh setiap orang salah satunya di Sanggar Alam Batik. Dengan tetap berhubungan baik dapat juga memperluas jaringan (*Networking*) dalam menjalankan sebuah usaha tersebut.

Dari data di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Boothman yang menyatakan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan

orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok. Banyak orang pintar yang tidak sukses dalam berkarir, padahal sebenarnya rahasia sukses tidak sulit untuk ditemukan. Salah satunya ialah dengan memiliki hubungan yang baik dengan semua orang. Semakin baik seseorang menjalin hubungan dengan sesama, semakin baik pula kualitas kehidupan orang tersebut.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Elizabeth Rumayar, *Bagaimana Menciptakan Hubungan yang Baik dengan Orang lain*, Jurnal Ilmiah Unklab, Vol. 15 No. 2, Desember 2011, 78.

Berdasarkan penelitian di atas, bahwa sesuai dengan teori yang telah diungkapkan oleh *Webster's Dictionary* dalam *Straw* dan *Michelli Networking* adalah membuat koneksi diantara orang-orang dan kelompok. Adapun koneksi yang diungkapkan tersebut bahwa melakukan *Networking* harus bertemu dengan orang baru, membagikan informasi dengan sekitar dan tetap berhubungan baik dengan pelanggan.

#### **b. Praktik *Networking***

Berdasarkan hasil penemuan yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa praktik *networking* yang terdapat di penjualan sanggar alam batik ini yaitu dengan melalui kerjasama yang dijalin melalui perhotelan, pendidikan dan ikut serta dalam sebuah pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

##### 1) Bekerja sama dengan perhotelan

Bekerja sama dengan perhotelan dapat mempercepat perkembangan dalam bisnis karena sebuah perhotelan sering dikunjungi berbagai orang dari berbagai daerah. Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik pada awal mulanya menjalin kerjasama dengan perhotelan yaitu di Kabupaten Pasuruan ini ada sebuah kegiatan-kegiatan salah satunya kegiatan pariwisata. Kemudian sanggar alam batik ini berkolaborasi dengan grub tersebut sehingga dapat disepakati di beberapa hotel seperti hotel Tengger, Tretes Trastasiu dan lain sebagainya untuk bekerja

sama mulai dari hasil produk ataupun kegiatan-kegiatan yang bersifat ke pariwisata terutama di bidang batik.

2) Bekerja sama dengan pendidikan/persekolahan

Pendidikan dan dunia usaha merupakan dua elemen yang tidak bisa dipisahkan, sebab dari dunia pendidikan akan menghasilkan bibit-bibit unggul yang dapat meningkatkan kualitas perusahaan di dunia kerja. Dalam mengenalkan produk sebuah bisnis atau usaha dan bekerja sama dengan sekolah-sekolah lainnya sangatlah berpengaruh penting dalam mengembangkan sebuah usaha.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik ini Awal mulanya menyebar mulai dari Kota, Kabupaten dan Provinsi mereka mendapatkan nomor whatsapp dari banner (spanduk) disaat pameran mereka melihat dan mengambil dari situ.

Ada juga yang membacanya dari google kebanyakan orang-orang mengambilnya. Bekerja sama dengan pendidikan akan

menyiapkan bibit-bibit unggul yang dapat mengembangkan Sanggar Alam Batik ini. Dengan bekerja sama melalui pendidikan

dapat berpengaruh besar untuk Sanggar Alam Batik salah satunya

dapat berjalan dengan lancar dan dapat dikenal banyak orang atau

bertambah luas jaringannya (*Networking*).

### 3) Ikut serta dalam sebuah Pameran

Dalam menjalankan sebuah bisnis dan agar bisnis tersebut tetap berjalan lancar dapat dilakukan berbagai cara salah satunya dengan mengikuti sebuah pameran. Hal tersebut merupakan suatu hal yang dapat menguntungkan bagi setiap pembisnis terutama dalam sistem pemasaran.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik ini terkenal karena terdapat beberapa informasi terkait Sanggar Alam Batik di google. ada banyak liputan-liputan serta tulisan tentang Sanggar Alam Batik. Untuk informasi dari google ini yang menulis adalah seorang wartawan ataupun orang lain. Ikut serta dalam sebuah pameran sangatlah penting dalam mengembangkan sebuah usaha. Sanggar Alam Batik ini sampai diikutkan sebuah pameran tunggal yang ada di Belanda karena sudah dikenal oleh masyarakat umum melalui pameran-pameran yang sebelumnya yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

Untuk mengembangkan sebuah usaha tersebut tidak harus dilakukan dengan memasarkan di sosial media saja melainkan dengan *face to face* atau bertatap muka.

### 4) Penjualan Batik

Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk meningkatkan terjadinya transaksi. Adapun

beberapa kegiatan pelengkap dalam pembelian tersebut adalah harga, promosi dan kualitas.

a) Harga

Dalam menjalankan sebuah usaha harga merupakan satuan penting untuk memudahkan proses jual beli. Harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Untuk meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dalam sebuah usaha dapat dilihat dari harga yang ditentukannya.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik penjualan batik ini sangat membutuhkan yang namanya harga. Yang mana harga ini sudah ditetapkan di Sanggar Alam Batik ini mulai dari harga yang terkecil Rp. 150.000,00 hingga yang paling mahal Rp. 350.000.000,00, selain itu Sanggar Alam Batik memberikan potongan harga dan

diskon mulai dari 10% hingga 50%. Dalam berbisnis untuk menjadikan bisnis tersebut berjalan dengan lancar salah satunya dengan memberikan diskon tersebut kepada setiap penjualan yang dijual.

Dalam proses pembayaran di Sanggar Alam Batik ini dapat dilakukan melalui transfer bank atau pembayaran melalui digital untuk mempermudah sebuah transaksi jual beli.

Dari data di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Kasmir dan Jakfar menyatakan bahwa harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.<sup>48</sup>

b) Promosi

promosi merupakan salah satu cara untuk memperlancar dan mengembangkan sebuah bisnis. Sebuah perusahaan dan usaha kecil sering melakukan promosi produk sebagai alat pemasaran untuk mendatangkan pelanggan. Selain itu promosi dapat dilakukan supaya produk yang dijual dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga mereka dapat ikut membeli dan menggunakannya.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, pada Sanggar Alam Batik dengan melakukan sebuah promosi yaitu mengenalkan

dan memamerkan produk yang ada di Sanggar Alam Batik.

Promosi tersebut dilakukan dengan berbagai macam cara salah satunya yaitu melakukan pameran dan mengenalkan kepada khalayak umum seperti di masyarakat sekitar, pendidikan dan lain sebagainya. Pameran tersebut biasanya dilakukan di berbagai tempat salah satunya yaitu di taman dayu golf, ayusisi, tretes trastasiu, hotel tengger, dunia pendidikan luar

---

<sup>48</sup> M. Amri Nasution, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. DYZA Sejahtera Medan*, Jurnal Warta Edisi: 59.

sekolah, dinas sosial provinsi, Pendidikan korea selatan dan belanda. Dengan melakukan berbagai cara tersebut dapat mengembangkan dan menambah sebuah jaringan (*Networking*) dalam suatu usaha tersebut.

Dari data di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Sistaningrum menyatakan bahwa promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.<sup>49</sup>

c) Kualitas

Dalam dunia bisnis agar produknya dapat dikenal banyak orang yang paling utama adalah menjaga kualitas. Dengan menjaga kualitas dengan baik dapat memuaskan dan menarik pelanggan untuk membelinya. Suatu produk akan dianggap

berkualitas bila spesifikasinya sudah sesuai dengan standar kualitas yang sudah ditentukannya.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik mengutamakan kualitas dalam sebuah usaha sangatlah penting sehingga orang-orang dapat menyukai dan menyenangi produk tersebut. Kualitas dengan kesesuaian yang ada di Sanggar Alam Batik ini. Untuk harganya dapat menyesuaikan

---

<sup>49</sup> Garaika dan Winda Feriyan, *Promosi dan Pengaruhnya terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara vol. 16 (1) Juni 2018, 25.



dengan apa yang dipesan oleh pelanggan dan sesuai dengan tingkat baik buruknya produk tersebut, karena ada harga ada kualitas juga.

Dari data di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimpikasikan. Senada dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong juga menyatakan harga ialah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>50</sup>

## **2. Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan Batik di Sanggar Alam Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan**

*Networking* dalam Sanggar Alam Batik Persekutu ini yaitu sebuah Grub (club) yang berperan dalam melakukan *Networking* (Jejaring) di Sanggar Alam Batik. Sanggar Alam Batik Persekutu untuk saat ini masih belum ada perkembangan yang signifikan, karena Sanggar Alam Batik Persekutu ini baru berdiri sekitar 2 sampai 3 Tahun tidak bisa berjalan dengan baik karena melihat kondisi sekarang ini.

---

<sup>50</sup> Yani Dahliani dan Rohmat Hasanul Ahwal, *Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gieselin Food Sukser Makmur*, Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 No.3 Juni 2021, 181.

Kondisi saat ini berbeda dengan yang sebelumnya, sehingga dengan kondisi sekarang ini sangat berpengaruh dengan Sanggar Alam Batik Persekutu akan tetapi tidak menjadi besar dalam pengaruh pada Sanggar Alam Batik sendiri. Tujuannya Sanggar Alam Batik Persekutu ialah menjadi bentuk lain dari Network (jejaring) dalam menjalankan sebuah usaha.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada Sanggar Alam Batik dalam melakukan sebuah *Networking* (Jejaring) juga membutuhkan sebuah *club* atau wadah untuk membantu melancarkan sebuah kegiatan di dalam sekolah atau pendidikan. Adapun *club* yang didirikan untuk menjalankan sebuah *Networking* tersebut ialah Sanggar Alam Batik Persekutu yang mana Sanggar Alam Batik persekutu ini yang menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan oleh setiap pameran yang dilakukan salah satunya di sebuah sekolah seperti ada yang bagian *Photography*, *Designer*, *Outbound*, *make up*, dan lain sebagainya. Maka dari itu Sanggar Alam Batik Persekutu ini sangat berperan penting dan membantu dalam melakukan pameran di sebuah persekolahan karena ketika melakukan *Networking* (jejaring) ke sekolah Sanggar Alam Batik Persekutu yang selalu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan saat kegiatan berlangsung.

Dari data di atas, terdapat kesesuaian dengan teori yang telah diungkapkan oleh *Charles H. Cooley* yang menyatakan bahwa jejaring komunitas yang terbentuk tidak terlepas dari tujuan individu untuk dapat

berhubungan dengan individu lainnya yang dilakukan demi kelangsungan hidup dan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hubungan mata rantai yang saling mendukung dibutuhkan agar mampu menciptakan kelancaran dalam berbagai kegiatan usaha. Unsur lainnya dalam pembentukan jejaring komunitas adalah kerjasama. Kerjasama adalah jaringan sesuatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Hampir pada semua kelompok manusia dapat ditemui adanya pola-pola kerjasama. Kerjasama timbul karena individu memiliki orientasi terhadap kelompoknya atau terhadap kelompok lain.<sup>51</sup>



---

<sup>51</sup> Natalia dan Bambang Kusumo Prihandono, *Jejaring Komunitas sebagai Modal Sosial dalam Strategi Pemasaran CV*. Penerbit Ombak, 4.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

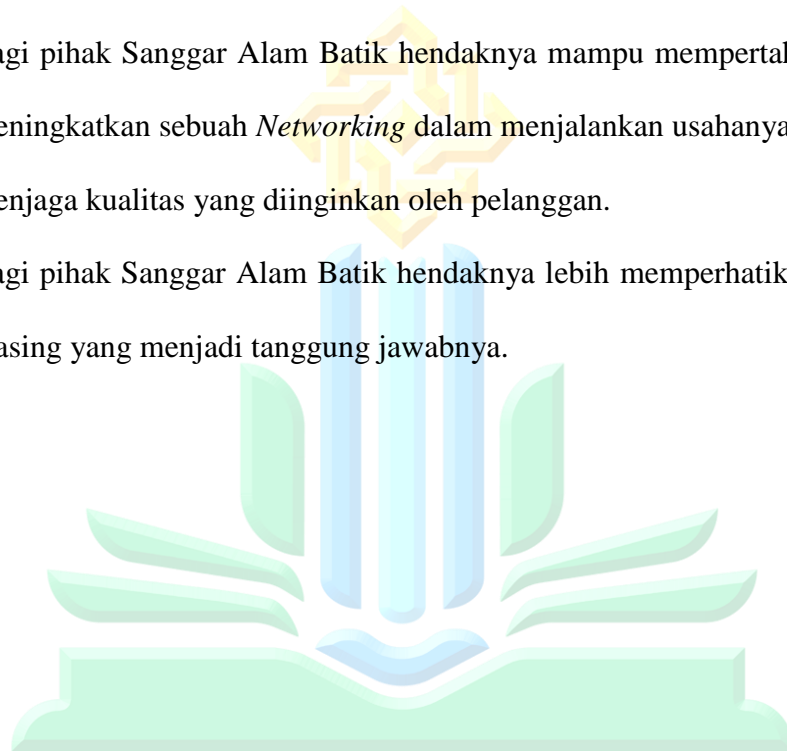
Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik yaitu :
  - a. *Networking* nya sendiri yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik terdiri dari 3 tahap: bertemu orang baru, membagi informasi dengan orang sekitar, tetap berhubungan baik dengan pelanggan.
  - b. Praktik *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik terdiri dari 3 praktik yaitu bekerjasama dengan perhotelan, bekerjasama dengan pendidikan atau sekolahan, ikut serta dalam sebuah pameran.
  - c. Penjualan batik yang dilakukan oleh Sanggar Alam batik dengan kegiatan pelengkap dalam pembelian ada 3 macam yaitu: Harga Promosi Kualitas.
2. Dampak Penerapan *Networking* dalam penjualan batik di desa gunting ini yaitu dengan diadakannya sebuah wadah berupa grup atau club yang dinamakan alam batik persekutu yang bertujuan untuk membantu mempermudah dan memperlancar sebuah penerapan *Networking* dalam sanggar alam batik. Adapun kegiatan tersebut yaitu kegiatan *Photography*, *Designer*, *Outbound*, *make up*, dan lain sebagai kegiatan *Networking*nya.

## B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan diatas, terdapat beberapa saran yang akan disampaikan oleh peneliti berkaitan dengan hasil penelitian yang telah didapatkan. Adapun saran yang dapat dijadikan sebagai suatu bahan pertimbangan yaitu:

1. Bagi pihak Sanggar Alam Batik hendaknya mampu mempertahankan dan meningkatkan sebuah *Networking* dalam menjalankan usahanya serta lebih menjaga kualitas yang diinginkan oleh pelanggan.
2. Bagi pihak Sanggar Alam Batik hendaknya lebih memperhatikan masing-masing yang menjadi tanggung jawabnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah Agustin, “*Sejarah Batik dan Motif Di Indonesia*”, Seminar Nasional Riset Inovatif II, Tahun 2014.
- Enny Susilowati Mardjono “*Model Jejaring Wirausaha, sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Perspektif Keuangan dan Non Keuangan Unit Usaha Kecil dan Menengah di Semarang*”, Vol. 4 No. 2
- Garaika, “*Promosi dan Pengaruhnya terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*”, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara vol. 16 (1) Juni 2018.
- Hendriyanto Aseptia, “*Analisis Pengaruh Jaringan Usaha dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM*”, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Vol 6 No 1, Mei 2015.
- Irawan Dandan, “*Peningkatan Daya Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha*”, Jurnal Coopetition, No. 2 Juli 2020.
- Kementrian Agama RI, Ar-Rahim, Al-Qur’an Terjemah, Bandung, 2013
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2008.
- Krismi Budi Sienatra , “*Networking sebagai Faktor Pendorong Kinerja Usaha Startup Bisnis*”, No. 20-22, September 2016.
- Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Livia . (*Pengaruh Technology Usange, E-Networking Dan Government Support Terhadap Keberhasilan Entrepreneur di Jakarta*), jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II No. 1/2020.
- M. Amri Nasution, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. DYZA Sejahtera Medan*, Jurnal Warta Edisi:
- Mardjono, Enny Susilowati., Guruh Taufan Hariyadi. “*Model Jejaring Wirausaha, sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Perspektif Keuangan dan Non Keuangan Unit Usaha Kecil dan Menengah di Semarang*”, 2015.
- Mathew B. Miles, A. Michael Huberman, Jonny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (edition 3)*, Amerika: Sage. 2014.

- Moleong, Lexy. *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Murti Sumarni, *“Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan”*, 2003, hal. 321
- Natalia ,” *Jejaring Komunitas sebagai Modal Sosial dalam Strategi Pemasaran CV*”. Penerbit Ombak.
- Nirmala Mandasari ,” *pengaruh Information Sharing, Knowledge Sharing dan Relation Terhadap Performance Perusahaan,*”
- Nurdin Ali, *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*, Jakarta: Kencana 2020.
- Rumayar Elizabeth, *“Bagaimana Menciptakan Hubungan yang Baik dengan Orang lain”*, Jurnal Ilmiah Unklab, Vol. 15 No. 2, Desember 2011.
- Sari Hendarti Nowo, *“Analisis Network Dalam Menarik Customer (Study Kasus Customer Online Shop @smtownandstore dalam Network Digital Marketing Di Banjarbaru)”*, Artike Skripsi: 2
- Sienatra, *“Networking sebagai Faktor Pendorong Kinerja Usaha Startup Bisnis”*, September, 2016.
- Sugiono. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”* 2008.
- Swasta Basu *“Manajemen Pemasaran Modern edisi Kedua”*. Yogyakarta: Liberty. 2008.
- Tim penyusun UIN Khas Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: UIN Khas Jember Press 2021)*,
- Tjiptono Fandy , *“Pemasaran Strategi”*, Yogyakarta: Penerbit Andi , 2008.
- Tjiptono, Fandy, dkk. *“Pemasaran Strategi”*, Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008.
- UNIKOM, 21216129 JOSUA SITUMORANG 13, Bab II, hal 21
- Widadi, Zahir. *“Pemaknaan Batik sebagai Warisan budaya Takbenda”*, Jurnal PENA ,September 2019.
- Yani Dahliani dan Rohmat Hasanul Ahwal, *Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gieselin Food Sukser Makmur*, Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 No.3 Juni 2021.
- Yuliyati, Zakiyah. *“ Jaringan Sosial Pengusaha Home Industry Batik Tulis Dalam Mengembangkan Usaha”*, jurnal UNNES, 2017.

Yusrie Chaira Saidah, “*Implementasi Networking and Cooperative dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Perspektif Agama, Psikologi, Sosial Filosof*”, Jurnal Dirosah Islamiyah, Volume 3 Nomor 2 2021.

Zahir Widadi, “*Pemaknaan Batik sebagai Warisan budaya Takbenda*”, Jurnal PENA Vol. 33 No. 2 Edisi September 2019.

Zakiah Yuliyati. Jaringan Sosial Pengusaha *Home Industry* Batik Tulis Dalam Mengembangkan Usaha, jurnal UNNES 2017.

Zakiah Yuliyati, “*Jaringan Sosial Pengusaha Home Industry Batik Tulis dalam Mengembangkan Usaha (Studi Kasus Batik Sapuan di Desa Tunjungsari, Kecamatan Siwalan, Kabupaten Pekalongan,)*”.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**MATRIK PENELITIAN**

<b>JUDUL</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>SUB VARIABEL</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>SUMBER DATA</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>FOKUS PENELITIAN</b>
Analisis Praktik Networking Dalam Penjualan Batik (Sanggar Alam Batik) Desa Gunting , Kabupaten Pasuruan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Networking</li> <li>b. Penjualan Batik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bertemu orang baru</li> <li>b. Membagi informasi dengan orang sekitar</li> <li>c. Tetap berhubungan baik</li> <li>a. Harga</li> <li>b. Promosi</li> <li>c. Kualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Mengenalkan diri</li> <li>2. Menjalin koneksi</li> <li>1. Mengenalkan produk</li> <li>1. Melayani dengan baik</li> <li>2. Mengutamakan kepuasan pelanggan</li> <li>1. Penetapan harga</li> <li>2. Potongan harga</li> <li>3. Proses pembayaran</li> <li>1. Melakukan pameran</li> <li>2. Mengenalkan produk ke khalayak umum</li> <li>1. Kesesuaian</li> <li>2. Persepsi kualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Primer:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemilik sanggar alam batik</li> <li>b. Karyawan</li> </ul> </li> <li>2. Sekunder:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dokumentasi</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan penelitian dan jenis penelitian: kualitatif deskriptif</li> <li>2. Lokasi Penelitian: Desa Gunting Kab, Pasuruan</li> <li>3. Subyek penelitian:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemilik sanggar alam batik</li> <li>b. Karyawan</li> </ul> </li> <li>4. Teknik pengumpulan data:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi</li> <li>b. Wawancara</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ul> </li> <li>5. Analisa data:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kondensasi data</li> <li>b. Display data</li> <li>c. Verifikasi data</li> </ul> </li> <li>6. Keabsahan data:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Triangulasi teknik</li> </ul> </li> <li>7. Tahap-tahap penelitian:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pra lapangan</li> <li>b. Pekerjaan</li> <li>c. Analisis data</li> </ul> </li> <li>8. Sistematika Pembahasan                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bab I Pendahuluan</li> <li>b. Bab II Kajian Pustaka</li> <li>c. Bab III Metode penelitian</li> <li>d. Bab IV Hasil dan pembahasan</li> <li>e. Bab V Penutup</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bagaimana Model Networking dan Praktik Model Networking dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan?</li> <li>b. Bagaimana Analisis Model Networking dalam Penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan?</li> </ul>

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khurotul Akyuni

Nim : E20182040

Semester : IX (Sembilan)

Prodi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS MODEL NETWORKING DALAM PENJUALAN BATIK DESA GUNTING KABUPATEN PASURUAN”** ini adalah hasil penelitian dan karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Pasuruan, 26 Oktober 2022



**Khurotul Akyuni**

NIM. E20182040

## PEDOMAN PENELITIAN

### A. Pedoman Observasi

1. Untuk mengetahui Praktik *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan.
2. Untuk mengetahui Analisis dampak penerapan *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan

### B. Pedoman Wawancara

#### 1. Wawancara terhadap pemilik Sanggar Alam Batik

##### a. *Networking*

1) Bagaimana *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?

2) Bagaimana manfaat dan tujuan dalam *Networking* yang bertemu dengan orang baru?

3) Bagaimana manfaat serta tujuan dalam *Networking* yang membagi informasi dengan sekitar?

4) Apa alasan kenapa dalam *Networking* harus berhubungan baik dengan pelanggan?

##### b. Praktik *Networking*

1) Bagaimana praktik *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?

2) Bagaimana awal mula praktik *Networking* bekerjasama dengan perhotelan?

- 3) Bagaimana awal mula praktik *Networking* bekerjasama dengan pendidikan atau sekolahan?
- 4) Bagaimana awal mula praktik *Networking* ikut serta dalam sebuah pameran?

c. Penjualan Batik

- 1) Bagaimana Penjualan Batik yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?
- 2) Berapa harga setiap perlembar batik yang sudah ditentukan oleh Sanggar Alam Batik?
- 3) Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?
- 4) Kenapa kualitas yang diutamakan oleh Sanggar Alam Batik?

d. Analisis dampak penerapan *Networking* dalam penjualan Batik Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan

- 1) Apa yang dimaksud dengan Sanggar Alam Batik Persekutu?
- 2) Bagaimana sistem kerja Sanggar Alam Batik persekutu dalam menjalankan sebuah *Networking*?
- 3) Apa saja yang terkait dengan bidang Sanggar Alam Batik Persekutu dalam memperlancar sebuah *Networking*?

2. Wawancara terhadap Karyawan Sanggar Alam Batik

a. *Networking*

- 1) Bagaimana *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?

- 2) Bagaimana manfaat dan tujuan dalam *Networking* yang bertemu dengan orang baru?
  - 3) Bagaimana manfaat serta tujuan dalam *Networking* yang membagi informasi dengan sekitar?
  - 4) Apa alasan kenapa dalam *Networking* harus berhubungan baik dengan pelanggan?
- b. Praktik *Networking*
- 1) Bagaimana praktik *Networking* yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?
  - 2) Bagaimana awal mula praktik *Networking* bekerjasama dengan perhotelan?
  - 3) Bagaimana awal mula praktik *Networking* bekerjasama dengan pendidikan atau sekolah?
  - 4) Bagaimana awal mula praktik *Networking* ikut serta dalam sebuah pameran?

c. Penjualan Batik

- 1) Bagaimana Penjualan Batik yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?
- 2) Berapa harga setiap perlembar batik yang sudah ditentukan oleh Sanggar Alam Batik?
- 3) Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh Sanggar Alam Batik?
- 4) Kenapa kualitas yang diutamakan oleh Sanggar Alam Batik?

### C. Pedoman Dokumentasi

1. Sejarah terbentuknya Sanggar Alam Batik.
2. Data penghargaan Sanggar Alam Batik.
3. Dokumentasi yang relevan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DOKUMENTASI



Kegiatan batik dipabrik Sampoerna bersama orang Amerika



Kegiatan pewarnaan dipabrik Sampoerna bersama orang Amerika





Kegiatan mencanting oleh mahasiswi UIN KHAS Jember



Kegiatan blok kain mahasiswi UIN KHAS Jember





Kegiatan Batik Cap oleh karyawan Sanggar Alam Batik



Kegiatan pewarnaan batik cap oleh karyawan Sanggar Alam Batik



Kegiatan membuat bersama Anak SMA Prigen Pasuruan



Kegiatan membuat bersama Anak SMA Prigen Pasuruan



Kegiatan pewarnaan batik bersama anak SMA Prigen Pasuruan



Kegiatan pewarnaan batik oleh mahasiswi UIN KHAS Jember

UNI  
ERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



Kegiatan menjemur batik yang sudah jadi oleh mahasiswa UIN KHAS Jember



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



# PIAGAM PENGHARGAAN SANGGAR ALAM BATIK





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2022 14 Juni 2022  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Owner Batik Pasuruan  
Pajajaran, Gunting, Kec. Sukorejo, Pasuruan

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Khurotul Akyuni  
NIM : E20182040  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Model Networking dalam Penjualan Batik di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ferry Sugeng Santoso  
Jabatan : Pemilik Sanggar Alam Batik

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Khurotul Akyuni  
NIM : E20182040  
Semester : IX  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syari'ah  
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian di Sanggar Alam Batik terhitung 05 Juli sampai dengan 30 September 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS MODEL NETWORKING DALAM PENJUALAN BATIK DESA GUNTING, KAB. PASURUAN”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Pasuruan, 26 Oktober 2022

Pemilik Sanggar Alam Batik



Fery Sugeng Santoso



## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Sanggar Alam Batik di Desa Gunting Kab, Pasuruan

NO	TANGGAL	KEGIATAN	TTD
1	5 Juli 2022	Penyerahan surat izin penelitian	
2	18 Juli 2022	Pengenalan bahan-bahan Batik	
3	19 Juli 2022	Pembelajaran Batik	
4	20 Juli 2022	Pembelajaran Blok Batik	
5	27 Juli 2022	Networking/Jejaring ke pabrik Sampoerna bersama orang Amerika	
6	01 Agustus 2022	Pembelajaran Mencanting	
7	08 Agustus 2022	Membantu melipat Batik pesanan	
8	25 Agustus 2022	Wawancara dengan Pak Fery selaku pemilik sanggar alam batik	
9	28 Agustus 2022	Wawancara dengan Mas Billy selaku karyawan sanggar alam batik	
10	30 Agustus 2022	Pembelajaran pewarnaan	
11	14 September 2022	Wawancara dengan Pak Fery selaku pemilik sanggar alam batik	
12	19 September 2022	Wawancara dengan Mas Billy selaku karyawan sanggar alam batik	

Pasuruan, 26 Oktober 2022

Pemilik Sanggar Alam Batik

Fery Sugeng Santoso





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Kami atas nama **Dekan FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
menerangkan bahwa :

Nama : Khurotul Akyuni

NIM : E20182040

Semester : 9 (sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 18 Oktober 2022  
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
**M.F. Hidayatullah S. H. I. M. S. I**  
NIP. 19760812200801105



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-7.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Khurotul Akyuni  
NIM : E20182040  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Analisis Model Networking Dalam Penjualan Batik (Sanggar Alam Batik) Desa Gunting, Kabupaten Pasuruan

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 10 November 2022

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BIODATA PENULIS



### DATA PRIBADI

Nama : Khurotul Akyuni  
Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 23 Mei 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Klampis Utara, RT 03/ RW 02 Desa Klampisrejo  
Kecamatan Kraton, Kabupaten Pasuruan  
Agama : Islam  
No. Hp : 085795930085  
Alamat Email : [yuniakyun@gmail.com](mailto:yuniakyun@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

MI/SD : SD Klampisrejo (2006-2012)  
SMP/MTs : MTsN Pohjentrek (2012-2015)  
SMA/SMK : SMAN Kota Pasuruan (2015-2018)  
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember (2018-2022)

### RIWAYAT ORGANISASI

OSIS MTsN Pohjentrek (2013-2014)  
Anggota KSEI FEBI UIN KHAS Jember (2019-2020)