

**PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BATIK TULIS PRABULINGGIH MELALUI
PROGRAM SOSIAL BANK INDONESIA KANTOR
PERWAKILAN MALANG**

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 Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :
Nur Diana Kholida
NIM. E20182309

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI 2023**

**PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BATIK TULIS PRABULINGGIH MELALUI
PROGRAM SOSIAL BANK INDONESIA KANTOR
PERWAKILAN MALANG**


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 Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Nur Diana Kholida
NIM. E20182309

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Disetujui Pembimbing
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M
NUP. 201603142

**PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BATIK TULIS PRABULINGGIH MELALUI
PROGRAM SOSIAL BANK INDONESIA KANTOR
PERWAKILAN MALANG**

SKRIPSI

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

Hari: Rabu

Tanggal: 04 Januari 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

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

Nadia Azalia Putri, M.M
NIP. 19940304 200903 2 019

Anggota:

1. **Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M**

2. **Dr. Moh. Haris Balady, M.M**

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember



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

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.” (QS. Al-Ma’idah [5]:2).



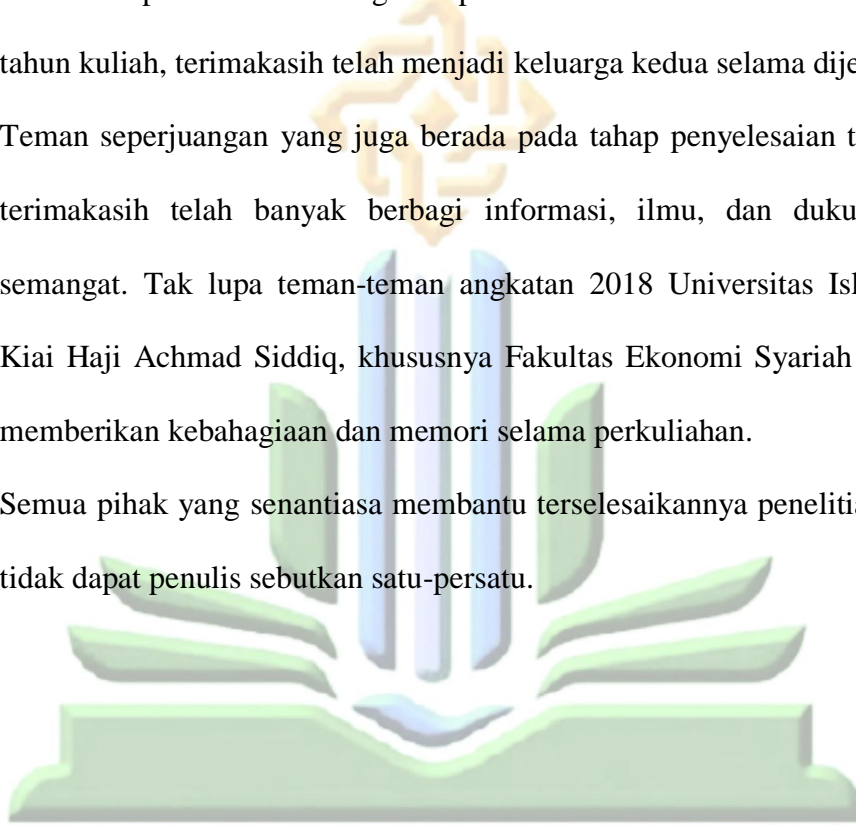
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta do'a dari orang-orang tercinta, berawal dari sebuah ikhtiar dengan proses panjang, kemudian melangkah dengan penuh perjuangan, keikhlasan, dan keyakinan kemudian diakhiri dengan ucapan dan rasa syukur yang begitu besar akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan bahagia saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, dan dukungan, serta do'a yang tidak pernah henti. Terimakasih banyak atas keikhlasan serta pengorbanan yang belum bisa penulis balas, semoga Allah SWT senantiasa memberkahi kehidupan di dunia dan memberikan balasan surga kelak di akhirat. Aamiin ya robbal 'alamin.
2. Suami saya, keluarga besar saya, keluarga besar suami, kakak-kakak dan adik-adikku tercinta yang senantiasa memberikan semangat, motivasi dan do'a untuk saya. Terimakasih atas dukungan yang selalu diberikan, semoga keberkahan selalu menyertai.
3. Segenap guru dan dosen yang senantiasa ikhlas menyalurkan ilmunya. Semoga ilmu yang diberikan menjadi barokah, bermanfaat di dunia dan di akhirat.
4. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Teman sekaligus saudara yang selalu memberi semangat, dukungan, dan menemani penulis selama kegiatan penelitian. Serta teman kost selama empat tahun kuliah, terimakasih telah menjadi keluarga kedua selama dijember.
6. Teman seperjuangan yang juga berada pada tahap penyelesaian tugas akhir, terimakasih telah banyak berbagi informasi, ilmu, dan dukungan serta semangat. Tak lupa teman-teman angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, khususnya Fakultas Ekonomi Syariah yang telah memberikan kebahagiaan dan memori selama perkuliahan.
7. Semua pihak yang senantiasa membantu terselesaikannya penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Nur Diana Kholida, 2022: *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang (Studi Kasus Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo).*

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting bagi perekonomian dan penyerapan tenaga kerja. Namun, pembiayaan dan pengembangan usaha masih menjadi persoalan yang paling sering muncul dalam pengembangan UMKM. Bank Indonesia berupaya mendorong pertumbuhan ekonomi melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI), upaya yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan (KPw) Bank Indonesia Malang untuk meningkatkan akses keuangan dan daya saing pelaku usaha dengan memberikan pelatihan, pendampingan, dan pemberian informasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini terhadap: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan. (2) Bagaimana perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia. (3) Bagaimana Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan. (2) Mengetahui perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia. (3) Mengetahui Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Strategi pemasaran batik tulis Prabulinggih menggunakan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* 4P yaitu *product, price, place, promotion*, serta menerapkan *promotion mix* yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan publisitas sebagai strategi promosi. (2) Perkembangan usaha batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan kain batik mengalami peningkatan, yakni pada awal berdiri hanya dapat menjual 50 potong kain batik, sedangkan sekarang dapat menjual 300 potong kain batik bahkan lebih pada setiap bulan. (3) Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih pada bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang bantuan teknis.

Kata Kunci : Pemberdayaan, UMKM, Program Sosial Bank Indonesia.

ABSTRACT

Nur Diana Kholida, 2022: Empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises through the Social Program of Bank Indonesia Malang Representative Office (Case Study of Prabulinggih Probolinggo Batik Writing Business).

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role for the economy and employment. However, financing and business development are still the problems that most often arise in the development of MSMEs. Bank Indonesia seeks to encourage economic growth through the Bank Indonesia Social Program (PSBI), an effort made by the Representative Office (KPw) of Bank Indonesia Malang to improve financial access and competitiveness of business actors by providing training, mentoring, and providing information.

Based on the above background, the researchers focused this research on: (1) What is the marketing strategy used by Prabulinggih batik in increasing sales turnover. (2) How was the development of Prabulinggih batik before and after becoming a fostered partner of Bank Indonesia. (3) What is the role of Bank Indonesia in increasing sales turnover of Prabulinggih batik.

The aims of this study are: (1) To find out the marketing strategy used by Prabulinggih batik in increasing sales turnover. (2) Knowing the development of Prabulinggih's batik before and after becoming a foster partner of Bank Indonesia. (3) Knowing the role of Bank Indonesia in increasing sales turnover of Prabulinggih batik.

This research uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Collecting data using observation, interviews, and documentation. Data collection techniques using source triangulation.

The results of this study are: (1) Prabulinggih's batik marketing strategy uses a marketing mix strategy or 4P marketing mix namely product, price, place, promotion, and applies a promotion mix namely advertising, sales promotion, personal selling, and publicity as a promotional strategy. (2) The development of Prabulinggih's batik business before and after becoming Bank Indonesia's fostered partner in increasing sales turnover of Prabulinggih's handmade batik has increased, namely at the beginning it could only sell 50 pieces of batik cloth, while now it can sell 300 pieces of batik cloth and even more each month. (3) The role of Bank Indonesia in increasing sales turnover of Prabulinggih batik in the field of marketing, human resources, and technical assistance.

Keywords: Empowerment, MSMEs, Bank Indonesia Social Program.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia serta rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Batik Tulis Prabulinggih Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang”** dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik tanpa bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM. selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.Si selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk mahasiswa dalam perkuliahan.
4. Bapak Dr. Haris Balady, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ahmadiono, M.EI selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

6. Seluruh dosen khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa memberikan bekal ilmu serta seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam memberikan pelayanan.
7. Bapak Satimin selaku pemilik usaha batik tulis Prabulinggih dan Amir Mahmud, serta semua informan yang telah membantu penulis dalam memperoleh informasi dan data yang diperlukan guna menunjang penulisan skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.

Jember, 18 November 2022
Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Nur Diana Kholida

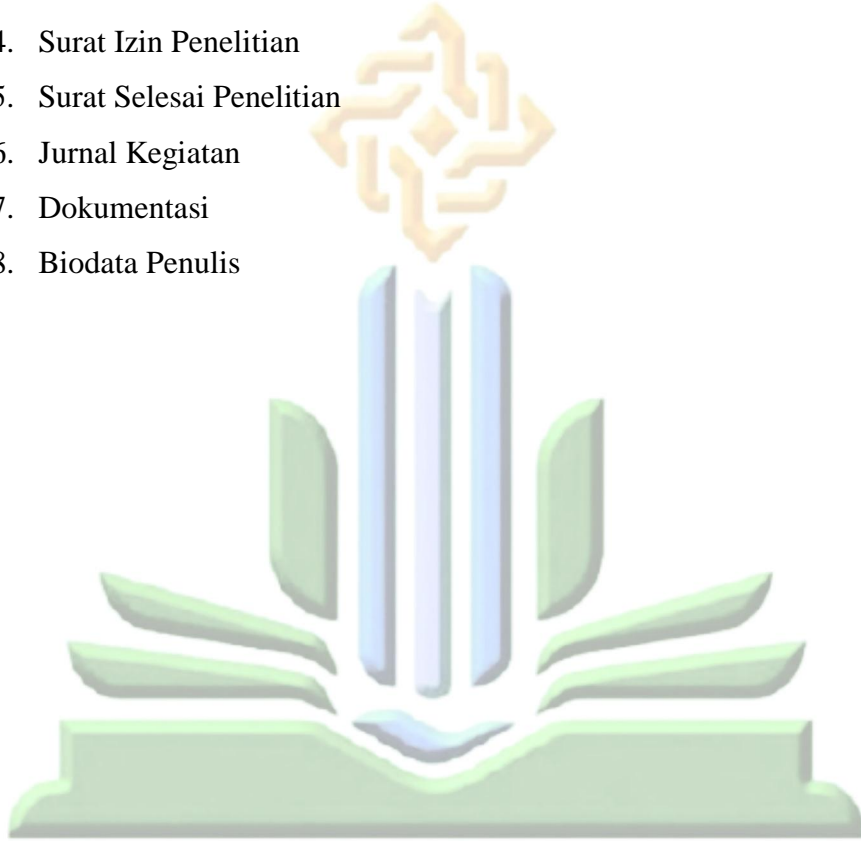
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Definisi Istilah	13
1. Pemasaran	13
2. Bauran Pemasaran	14
3. Omset Penjualan	14
4. UMKM	15

5. Batik Tulis	16
6. <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
7. Bank Indonesia	16
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	39
1. Pemasaran	39
2. Omset Penjualan	52
3. UMKM	55
4. Batik Tulis	61
5. <i>Corporate Social Responsibility</i>	61
6. Bank Indonesia	63
BAB III METODE PENELITIAN	67
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	67
B. Lokasi Penelitian	67
C. Subjek Penelitian	68
D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Analisis Data	69
F. Keabsahan Data	71
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	72
A. Gambaran Objek Penelitian	72
1. Sejarah Batik Tulis Prabulinggih	72

2. Logo Batik Tulis Prabulinggih	74
3. Visi dan Misi Batik Tulis Prabulinggih	75
4. Struktur Organisasi Batik Tulis Prabulinggih	75
5. Profil Bank Indonesia	78
B. Penyajian Data dan Analisis	79
1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan	80
2. Bagaimana perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia	90
3. Bagaimana Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih	96
C. Pembahasan Temuan	104
1. Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan	104
2. Mengetahui perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia	112
3. Mengetahui Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih	113
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	121
Lampiran-lampiran	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	

2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan
7. Dokumentasi
8. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

1.1 Penelitian Terdahulu 34



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mayoritas negara di dunia mendorong sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi fokus utama dalam memastikan ekonomi tetap bergulir, mengingat posisi UMKM sebagai penunjang perekonomian dunia yang membuka 90% lapangan kerja. Organisasi Pembangunan dan Kerjasama Ekonomi (*Organisation for Economic Cooperation and Development/OECD*) menyatakan, sebagian besar negara di dunia bertindak cepat mengatasi perekonomian dengan memberikan dorongan kepada pelaku usaha, terutama UMKM. Indonesia merupakan salah satu dari 46 negara yang dipantau OECD, karena kebijakan pemberian insentif bagi usaha kecil terus berkembang, semakin banyak negara yang diuntungkan.¹ Oleh karena itu dengan adanya pemberian insentif diharapkan dapat memberikan peluang bagi UMKM untuk terus bertahan dan berkembang sebagai upaya dalam meningkatkan perekonomian.

Setiap negara menyadari pentingnya keberadaan UMKM untuk menggerakkan roda perekonomian negaranya. UMKM merupakan jenis badan usaha yang mandiri dengan ukuran yang relatif kecil, jumlah asset tertentu, dan sistem kerja yang relatif sederhana yang dikelola oleh satu orang atau sekelompok orang. Akses, peluang, dan ruang lingkup perluasan usaha relatif

¹ Gunawan A., (2020, November 27), *Skema Penyelamatan UMKM Dunia*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201127095414-4-205068/begini-skema-penyelamatan-umkm-dunia-ri-bagaimana>.

terbatas.² Berdasarkan penjelasan di atas, secara sederhana UMKM dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu, keluarga, atau usaha kecil di wilayah tertentu di setiap negara.

Masyarakat Indonesia mengalami guncangan yang signifikan dari berbagai sektor ekonomi, sosial, dan budaya pada krisis moneter tahun 1997-1998. Dampak yang diakibatkan dari krisis moneter yakni pengangguran, kemiskinan, kesenjangan antar sektor, pelaku, dan daerah meningkat. Upaya pemerintah untuk mengatasi permasalahan kesejahteraan sosial antara lain dengan memberdayakan dan mengembangkan UMKM. Pentingnya peran UMKM ini disebabkan karena selain menyediakan barang dan jasa, sektor UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.³

UMKM memiliki sejumlah keunggulan, namun juga menghadapi tantangan dengan kepemilikan modal dan akses permodalan dari lembaga keuangan, khususnya bank. Kebutuhan agunan dan berbagai tugas administrasi yang harus disiapkan adalah dua persyaratan yang dihadapi UMKM saat mencoba memperoleh dana pinjaman dari bank. Permasalahan lain yang dialami yaitu keterbatasan dalam teknologi serta sarana dan prasarana. Beberapa hal dapat menyebabkan kendala teknologi, sehingga sulit untuk berinovasi, seperti kurangnya pengetahuan tentang alat produksi baru atau perkembangan teknologi, kurangnya modal untuk membeli mesin baru, dan kurangnya pemahaman tentang sumber daya manusia yang diperlukan

² Dwi H. Santoso, *Strategi Marketing Untuk UMKM*, (Jakarta Selatan: PT Insan Mandiri Cendekia, 2020), 1.

³ Aliya Khairunnisa, *Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPW BI) Provinsi Kalimantan Tengah*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2018), 2.

untuk mengoperasikannya. UMKM kalah bersaing dengan usaha besar yang mampu menguasai pasar karena beberapa kendala seperti keterbatasan sarana dan prasarana usaha, pengenalan dan penetrasi pasar yang belum optimal, serta kurangnya pemahaman desain produk yang sesuai dengan karakteristik pasar.⁴

Bank Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk mendorong pengembangan pelaku usaha melalui pemberian bantuan teknis dengan menyelenggarakan pertemuan yang mempertemukan penyedia jasa keuangan perbankan dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan tersebut bertujuan agar dapat memberikan manfaat kepada pelaku usaha tentunya juga stakeholder dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pemberdayaan. Bank Indonesia memberikan pelatihan kepada UMKM yang meliputi pelatihan desain dan pewarnaan, pelatihan manajemen usaha serta pelatihan manajemen keuangan. Kegiatan pameran dan *fashion show* bertujuan agar dapat meningkatkan kreativitas para pelaku usaha sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan bernilai jual tinggi. Selain itu, Bank Indonesia menyediakan informasi diselenggarakannya pameran dan *fashion show*, UMKM yang mengikuti pameran dan *fashion show* diberi fasilitas berupa uang transportasi, tempat penginapan, dan stan pameran. Kegiatan pameran bertujuan untuk meningkatkan daya saing antar pelaku usaha dan agar produk UMKM dapat lebih dikenal oleh banyak orang serta

⁴ Husni, *Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Usaha Tas Bordir Motif Aceh di Desa Meunasah Rayeuk, Kec.Nisam, Kab.Aceh Utara)*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, 2018), 1.

dapat memperluas pasar sasaran sehingga mampu meningkatkan omset penjualan.⁵

Pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang menjelaskan bahwa, “usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (*dua ratus juta rupiah*), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (*satu milyar rupiah*), serta kepemilikan merupakan milik Warga Negara Indonesia (WNI) yang berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar”.⁶ Adanya program kemitraan dan bina lingkungan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 diharapkan dapat meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh, mandiri dan juga dapat memberdayakan kondisi sosial masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004, sebagai bentuk perwujudan kebijakan moneter, Bank Indonesia membina Pengrajin Batik. Tujuan dari kebijakan tersebut adalah untuk mempertahankan kelangsungan UMKM. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Aziz dan Rusland dalam Kartikasari mengenai peran bank sentral dalam mendukung perkembangan

⁵ Siti Hidayah, *Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Melalui PSBI (Program Sosial Bank Indonesia) Bank Indonesia Kantor Perwakilan wilayah Jambi*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2019), 2.

⁶ Dita Riyanto Putro dan Eka Askahfi, *Pola Pembinaan Bank Indonesia Terhadap UMKM Di Kota Kediri*, Jurnal Ilmu Manajemen Vol.9, Nomor 2, Desember 2020, 153.

UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Bank Sentral dalam hal ini Bank Indonesia telah berhasil mengatasi berbagai hambatan yang dialami oleh UMKM. Kepercayaan antara UMKM terhadap lembaga pemerintah mampu memberdayakan kelangsungan usaha UMKM di setiap daerah.⁷ Peran Bank Indonesia dalam mengembangkan dan memberdayakan UMKM sangat penting, tidak hanya memberikan bantuan dalam bidang keuangan, akan tetapi Bank Indonesia juga memberikan informasi berupa diselenggarakannya pameran agar produk dari UMKM tersebut dapat dikenal dan diminati oleh konsumen di dalam maupun luar kota. Bank Indonesia memberikan pelatihan kepada pelaku usaha agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu meningkatkan inovasi dan kreatifitas dan dapat bersaing di pasar nasional maupun internasional.

Batik telah ada selama berabad-abad di Indonesia, dimulai pada akhir abad ke-18 atau awal abad ke-19 di pulau Jawa. Batik adalah karya seni yang sangat berharga karena makna filosofisnya. Keunikan dari batik membuat *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) mengakui batik sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non-bendawi (*masterpieces of the oral and intangible heritage of human*) tahun 2009, setelah beberapa tahun sebelumnya mengakui wayang dan keris sebagai warisan budaya Indonesia. Batik yang diakui oleh UNESCO merupakan batik dengan teknik khusus pada proses pembuatannya, yaitu teknik membatik menggunakan canting yang telah berisi lilin leleh guna menutup bagian yang

⁷ Maulida Dwi Kartikasari, *Peran Bank Indonesia Terhadap Sustainability Pengrajin Batik*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol.3 No.1 (2019), 75.

ingin diberi warna. Perkembangan zaman membuat teknik pada batik juga semakin bertambah, mulai dari batik cap, batik printing, dan batik sablon.⁸ Batik diakui oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan dan budaya Indonesia yang kaya dengan simbol dan makna filosofi kehidupan rakyat Indonesia. Batik di Indonesia kerap digunakan sebagai pakaian sehari-hari baik dalam lingkungan formal maupun informal.

Jenis batik yang terdapat di pasar ada bermacam-macam, antara lain: Batik tulis, cap, batik modern, dan batik *printing*.⁹ Kalangan pembatik menyebut batik tulis sebagai batik asli. Batik tulis digambar dan diwarnai dengan lilin oleh pembatik secara manual. Dilakukan dengan seksama, teliti, dan hati-hati karena dikerjakan dengan tangan, tak jarang terjadi kesalahan. Pengerjaan dengan tangan membuat batik tulis menjadi hidup dan bernyawa.

Batik Tulis Prabulinggih didirikan pada tahun 2010 dan bergabung menjadi mitra binaan Bank Indonesia Kantor Cabang Malang pada tahun 2014. Menurut Elsyah Chani selaku Direktur Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen BI, Tujuan Bank Indonesia membina UMKM yaitu untuk mendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi di daerah secara berkelanjutan, berbasis potensi lokal, dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara inklusif. Beberapa kriteria Usaha Batik yang akan dibina oleh Bank Indonesia antara lain, memiliki produk yang baik, menggunakan kain yang berkualitas, memiliki keunikan motif, tingkat kerumitan pembuatan batik,

⁸ Sulistiya Ningrum, *Peran Banyuwangi Batik Festival Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Batik Godho Di Kecamatan Giri Kabupaten Banyuwangi*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020), 1.

⁹ Margono dkk, *SENI RUPA & SENI TEATER 2*, (Bogor: Ghalia Indonesia Printing), 16.

memahami *trend* dan selera pasar, dan memiliki potensi untuk dikembangkan sehingga dapat bersaing dalam pasar lokal, nasional, dan internasional.¹⁰ Hal ini dapat ditunjukkan bahwa usaha batik tulis Prabulinggih di Kabupaten Probolinggo merupakan satu-satunya usaha yang menjadi mitra binaan Bank Indonesia. Bank Indonesia menawarkan langsung kepada pemilik usaha Batik Tulis Prabulinggih untuk menjadi mitra binaan BI. Pembuatan Batik Tulis Prabulinggih murni menggunakan teknik tulis, desain motif batik dibuat dengan menggambarkan ikon Probolinggo seperti gunung bromo, mangga, dan anggur. Batik Tulis Prabulinggih aktif dalam berbagai kegiatan pameran di dalam negeri maupun di manca negara. Usaha batik tulis Prabulinggih juga memiliki potensi untuk membuka lapangan pekerjaan, mengingat karyawan dari usaha batik tulis Prabulinggih ini berasal dari saudara dan masyarakat sekitar.¹¹

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kartikasari tentang Peran Bank Indonesia Terhadap *Sustainability* Pengrajin Batik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Indonesia berperan dalam bidang pemasaran kepada pengrajin batik “Canting Emas” dengan seringnya memberikan informasi mengenai penyelenggaraan pameran UMKM khususnya batik. Bank Indonesia juga memfasilitasi biaya akomodasi pada saat mengikuti pameran baik di dalam kota maupun luar kota. Bank Indonesia

¹⁰ Chani, Elsy., 2020, *Pengembangan UMKM oleh Bank Indonesia*, <https://youtu.be/VRhL7RdSfMo>, diakses 13 Januari 2022.

¹¹ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 27 Desember 2021.

memberikan pelatihan membuat dengan mengundang narasumber selaku pembatik Pekalongan berpengalaman bernama Mustar Sidik.¹²

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayah tentang Pemberdayaan UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM dimuat berdasarkan panduan tahapan pengembangan kluster yaitu, Pengembangan kluster diawali dengan memilih komoditas unggulan yang diperoleh dari *Base Line Survey* (BLS) dan komoditas unggulan yang ditetapkan Pemda setempat. Melakukan forum dialog *stakeholder* untuk memastikan komitmen dan peran masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan rencana kluster. Analisis SWOT, *Value Chain*, kluster dinamis. Perencanaan dengan penetapan visi, misi, sasaran, dan strategi jangka pendek, menengah, dan panjang. Implementasi, Pemantauan dan evaluasi.¹³

Husni, dalam penelitiannya tentang Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Usaha Tas Bordir Motif Aceh di Desa Meunasah Rayeuk, Kec. Nisam Kab. Aceh Utara). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe dalam pemberdayaan Tas Motif Aceh dengan memberikan pembinaan langsung, memfasilitasi baik berupa bahan baku,

¹² Siti Alfia, *Kajian Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur*, (Skripsi : UIN Sunan Ampel, 2020).

¹³ Siti Hidayah, *Pemberdayaan UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jambi*, (Laporan Magang: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2019).

peralatan, dan pelatihan antara lain pelatihan manajemen, pembuatan laporan keuangan, pelatihan produk, dan lain sebagainya.¹⁴

Segala bentuk upaya pembinaan dari Bank Indonesia melalui pelatihan dan pendampingan kepada UMKM. Pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan mutu produk batik dari hulu sampai hilir seperti pelatihan desain dan pewarnaan serta pelatihan kelembagaan, manajemen usaha, dan manajemen keuangan. Hal ini sangat diperlukan dalam meningkatkan kualitas produk batik tulis. Mutu atau kualitas dianggap sangat penting bagi organisasi karena dapat meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas akan mendapat predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, selain itu juga dengan menghasilkan produk yang berkualitas akan tercapai sebuah kegiatan produksi yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas harus dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan serta menyeluruh sesuai perkembangan dan selera konsumen. Hal ini karena kriteria setiap konsumen terhadap suatu barang akan berbeda-beda baik dalam jenis maupun tingkat penggunaannya.¹⁵ Upaya pembinaan dari Bank Indonesia melalui beberapa bidang antara lain bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang bantuan teknis.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan**

¹⁴ Husni, *Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Usaha Tas Bordir Motif Aceh di Desa Meunasah Rayeuk, Kec.Nisam Kab.Aceh Utara)*, (Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, 2018).

¹⁵ Nuriyah F. Jannah, *Strategi Peningkatan Kualitas Produk Batik*, (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2019), 2.

Menengah Batik Tulis Prabulinggih Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang”

B. Fokus Penelitian

Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional, yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹⁶

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun fokus penelitian yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan?
2. Bagaimana perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia?
3. Bagaimana peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁷

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah:

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 44.

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 45.

1. Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan.
2. Mengetahui perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia.
3. Mengetahui Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih.

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 keseluruhan.¹⁸

1. Manfaat Teoris

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap masalah yang akan diteliti. Khususnya mengenai strategi peningkatan mutu produksi melalui kerjasama dengan Bank Indonesia pada usaha Batik Tulis Prabulinggih, dan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan secara riil dan sangat berguna untuk pengembangan dalam pengaplikasian atau mata kuliah yang telah penulis dapatkan selama ini di bangku kuliah. Khususnya

¹⁸ Ibid., 45.

pengetahuan tentang produksi, serta dapat menjadi penelitian ilmiah yang memenuhi syarat sebagai laporan atau tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1).

b. Bagi Instansi UIN KHAS Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai koleksi yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa baik sebagai pengetahuan maupun sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Usaha Batik Tulis Prabulinggih

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pengembangan jaringan serta kerjasama antara pemilik usaha dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan perekonomian. Dapat menjadi bahan evaluasi yang selanjutnya digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah dan mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

d. Bagi Masyarakat Secara Keseluruhan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca dalam menambah pengetahuan maupun memberikan pemahaman mengenai strategi peningkatan mutu produksi melalui kerjasama dengan BI pada usaha batik tulis.

E. Definisi Istilah

1. Pemasaran

Menurut Philip Kotler, Pemasaran yaitu kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.¹⁹ Kebutuhan dan keinginan yang dimaksud ialah yang dapat dipenuhi dengan adanya produk atau sumber-sumber atau alat pemuas. Produk tersebut dapat berupa barang, jasa, kegiatan, tempat, organisasi, dan gagasan/ide.

Pemasaran atau sering disebut dengan istilah *marketing* adalah suatu proses yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.²⁰

Sedangkan strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, karena setiap jenis program (seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh

¹⁹ Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 1.

²⁰ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 1.

karena itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program pemasaran agar dapat sejalan dan terealisasi.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler, Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik, meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.²¹

Marketing mix atau yang disebut dengan istilah bauran pemasaran merupakan kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan pemasaran agar dicapai kombinasi maksimal dengan tujuan dapat memuaskan konsumen. Para pengusaha akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik dari unsur/elemen bauran pemasaran. Adapun unsur/elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran dikenal dengan 4 P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), kegunaan lokasi dan saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).²²

3. Omset Penjualan

Menurut Mulyadi, penjualan merupakan suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut, dalam kegiatan penjualan dapat dibayar secara tunai maupun kredit. Sedangkan menurut Abdullah, Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi, kegiatan pembelian dan perawatan merupakan satu kesatuan untuk dapat

²¹ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), 9.

²² Sisca dkk, *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 73.

terlaksananya transfer hak atau transaksi.²³ Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha untuk menjual barang dagangannya.

Menurut Chaniago, omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan dari hasil penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Swastha, omset penjualan merupakan akumulasi kegiatan penjualan barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan dalam kurun waktu tertentu dengan terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu yang dihitung berdasarkan jumlah uang atau pendapatan yang diperoleh.²⁴

4. UMKM

UMKM merupakan suatu bentuk atau badan usaha yang mandiri dalam ukuran bisnis yang relatif kecil dengan jumlah asset dan penghasilan tertentu, yang dikelola oleh perorangan/sekelompok orang dengan sistem kerja yang relatif sederhana, serta lingkup usaha dan area usaha yang relatif terbatas, dan juga memiliki keterbatasan dalam akses dan kesempatan pengembangan usahanya tersebut. Dalam penelitian ini, UMKM adalah suatu usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil yang memiliki kriteria tertentu yang telah ditetapkan.

²³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 23.

²⁴ Rusma Rizal dkk, *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omset Penjualan pada PT Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*, Jurnal Adminika, 2017, 85.

5. Batik Tulis

Batik Tulis adalah batik yang dibuat secara manual menggunakan tangan dengan cara menerakan malam di atas kain dengan canting. Batik tulis dibuat dengan mengandalkan keterampilan tangan, koordinasi penglihatan yang baik, waktu pengerjaan yang lama, dan keuletan pembuatnya.²⁵ Dalam penelitian ini, Batik tulis adalah batik yang dibuat dengan menulis menggunakan canting yang berisi lilin pada kain yang sudah digambar pola menggunakan tangan.

6. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah bentuk komitmen perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan pihak berkepentingan dalam arti luas selain kepentingan perusahaan. Artinya, CSR yaitu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat di lingkungannya, yang merupakan serangkaian kegiatan aktif perusahaan di tengah-tengah masyarakat untuk pemerataan kesejahteraan ekonomi bagi semua pihak berkepentingan.²⁶

7. Bank Indonesia

Bank Indonesia sebagai Bank Sentral Republik Indonesia yang telah diatur dalam Undang-Undang No.23/1999 yang telah diubah dengan

²⁵ Muhaimi Mughni Prayogo, *Keterampilan Membatik bagi Penyandang Autis*, (Yogyakarta: Tandabaca Press), 29.

²⁶ Muhammad Yasir Yusuf, "Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik", (Depok: PT Balebat Dedikasi Prima, 2017), 51.

Undang-Undang No.6/2009 maka peran Bank Indonesia dalam pengembangan Sektor Riil dan UMKM berubah menjadi *Promotional Role* yakni berupa Bantuan Teknis (Bantek) baik dari segi *Supply Side* yang meliputi pengaturan ketentuan dan penguatan kelembagaan, maupun dari segi *Demand Side* meliputi penelitian, pelatihan dan penyediaan informasi.²⁷

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.²⁸ Untuk mempermudah dalam penyajian dan memahami sistem penelitian ini, maka dibuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

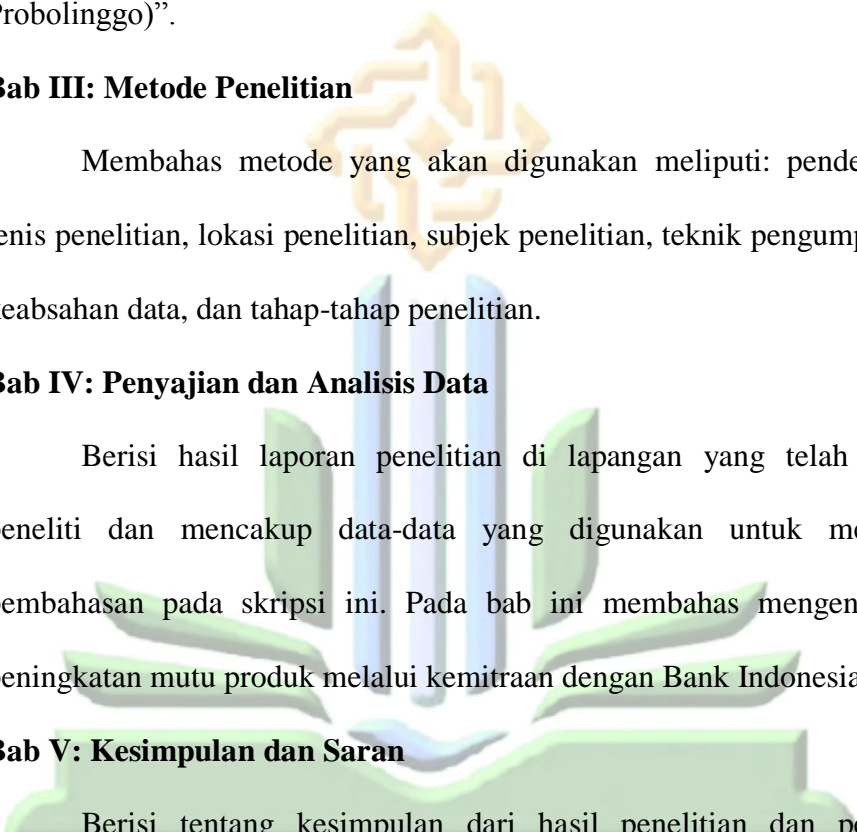
Bagian ini membuat komponen dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian Kepustakaan

Berisi tentang ringkasan kajian penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini serta memuat kajian teori yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu “Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor

²⁷ Barad Karnida dkk, *Direktori SKIM Kredit Perbankan Provinsi Kalimantan Tengah*, (Kalteng: Unit Pemberdayaan Sektor Riil dan UMKM, 2013), 3.

²⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 53.

Perwakilan Malang (Studi Kasus Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo)”.


Bab III: Metode Penelitian

Membahas metode yang akan digunakan meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Penyajian dan Analisis Data

Berisi hasil laporan penelitian di lapangan yang telah dilakukan peneliti dan mencakup data-data yang digunakan untuk menganalisis pembahasan pada skripsi ini. Pada bab ini membahas mengenai strategi peningkatan mutu produk melalui kemitraan dengan Bank Indonesia.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan serta saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Langkah ini dilakukan agar dapat melihat sampai sejauh mana orisinalitas dan perbedaan penelitian yang hendak dilakukan.²⁹

1. Dwi Sepriono Nur, *“Peran Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda”* (2017), Administrasi Negara Universitas Mulawarman.³⁰

Jenis penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dikumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu, peran Dinas Koperasi dan UMKM dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah dengan melakukan pelatihan, bimbingan maupun fasilitas bantuan informasi pemberian kredit perbankan atau Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam upaya meningkatkan kapasitas pelaku UKM.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada jika penelitian terdahulu mengkaji tentang peran Dinas Koperasi dan

²⁹ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 73.

³⁰ Dwi Sepriono Nur, *Peran Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda*, eJournal Administrasi Negara Volume 5, Nomor 2, 2017.

UMKM, sedangkan penelitian ini mengkaji tentang peran Bank Indonesia terhadap pembedayaan usaha batik tulis Prabulinggih. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama tergabung dalam UMKM mitra binaan, dan pelaku usaha mendapat pelatihan.

2. Anwar Rosidi, *“Peranan Perbankan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat Kota Salatiga”* (2017), UIN Walisongo Semarang.³¹

Metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah jenis penelitian deskriptif eksplanatif. Hasil dari penelitian terdahulu ini adalah pemberdayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah di Kota Salatiga, dalam hal ini Bank Muamalat KCP Salatiga memberikan dana pinjaman modal usaha dan melakukan pendampingan seperti melakukan kunjungan setiap satu atau tiga bulan sekali dan memberikan rekomendasi-rekomendasi positif terhadap usaha yang dijalankan nasabah.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada jika penelitian terdahulu UMKM tergabung dalam mitra binaan perbankan syariah yaitu Bank Muamalat KCP Salatiga sedangkan pada penelitian ini UMKM tergabung dalam mitra binaan Bank Sentral yaitu Bank Indonesia Kantor Cabang Malang. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama tergabung dalam UMKM mitra binaan perbankan, mendapat pinjaman modal usaha dan pendampingan.

³¹ Anwar Rosidi, *Peranan Perbankan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat Kota Salatiga*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol 7, No. 02, 2017.

3. Ni Nyoman Sunariani, “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali” (2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Nasional Denpasar.³²

Metode penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *proportional stratified random sampling* (purposive). Hasil dari penelitian terdahulu adalah, Dengan adanya pemberdayaan yang dilakukan secara bersinergi oleh Pemerintah, Perbankan, BUMN, Koperasi, LDP, BUMD, dan Perguruan Tinggi maka diharapkan dapat memberikan peningkatan secara signifikan pertumbuhan ekonomi pasar domestik dan Internasional Provinsi Bali. Pemberdayaan UMKM melalui program binaan di bidang permodalan, SDM, Produksi, Kemampuan Teknologi Informasi (IT) dan pasar serta manajerial.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada jika penelitian terdahulu UMKM memperoleh pemberdayaan dan pembinaan dari beberapa pihak yaitu Pemerintah, Perbankan, BUMN, Koperasi, LDP, BUMD, dan Perguruan Tinggi. Sedangkan penelitian ini UMKM tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama merupakan UMKM mitra binaan yang memiliki tujuan agar dapat mengembangkan usahanya.

³² Ni Nyoman Sunariani, *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 2 No 1 2017.

4. Aliya Khairunnisa, “*Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPWBI) Provinsi Kalimantan Tengah*” (2018), Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah.³³

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu adalah perkembangan UMKM di Kota Palangkaraya umumnya mengalami berbagai masalah diantaranya masalah permodalan, kurangnya sumber daya manusia, masalah pemasaran, masalah perizinan, kurangnya sarana dan prasarana, dan rendahnya minat beli masyarakat sehingga UMKM sulit berkembang. Oleh karena itu, melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) kantor perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah melakukan pengembangan kepada para UMKM khususnya UMKM yang memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan daerah serta pendapatan masyarakat. Strategi yang dilakukan antara lain edukasi (*training*), pengawasan (*controlling*), kemasan (*packaging*), dan pemasaran (*marketing*).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM yang tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia, dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan terletak pada

³³ Aliya Khairunnisa, *Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPWBI) Provinsi Kalimantan Tengah*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2018).

penelitian terdahulu fokus pada pengembangan UMKM melalui Program Sosial Bank Indonesia, sedangkan penelitian ini fokus pada peningkatan mutu produk dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia melalui program kemitraan Bank Indonesia.

5. Husni, “*Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Usaha Tas Bordir Motif Aceh di Desa Meunasah Rayeuk, Kec.Nisam Kab.Aceh Utara)*” (2018), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lhokseumawe.³⁴

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui tiga tahap yaitu data reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian terdahulu yakni peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe dalam pemberdayaan Tas Motif Aceh dengan memberikan pembinaan langsung, memfasilitasi baik berupa bahan baku, pralatan, dan pelatihan antara lain pelatihan manajemen, pembuatan laporan keuangan, pelatihan produk, dan lain sebagainya.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang sama-sama membahas mengenai pemberdayaan UMKM melalui peran Bank Indonesia. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian

³⁴ Husni, *Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Usaha Tas Bordir Motif Aceh di Desa Meunasah Rayeuk, Kec.Nisam Kab.Aceh Utara)*, (Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, 2018).

pengrajin Tas Motif Aceh, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo.

6. Zulfadillah, “*Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Bank Sumatera Utara Kantor Pusat Dalam Pemberdayaan UMKM Kota Medan*” (2018), Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara.³⁵

Penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, studi kepustakaan, dokumentasi, dan penelusuran data online. Teknik analisis data dengan alur tahap reduksi data, penyajian data, penyimpulan dan verifikasi, dan kesimpulan akhir. Hasil penelitian terdahulu yaitu melalui CSR PT Bank Sumut terhadap UMKM diharapkan bahwa bantuan CSR tersebut dapat membantu dan mendorong perekonomian dan pembangunan daerah. Kemudian peran CSR PT Bank Sumut adalah menjembatani atau membantu mewujudkan program pemerintah untuk melakukan pemberdayaan UMKM di Kota Medan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama tergabung dengan mitra binaan perbankan dalam mengembangkan usahanya. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, studi kepustakaan, dokumentasi, dan penelusuran data online. Sedangkan perbedaan terdapat pada program mitra binaan, jika penelitian terdahulu UMKM tergabung dalam mitra

³⁵ Zulfadillah, *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Bank Sumatera Utara Kantor Pusat Dalam Pemberdayaan UMKM Kota Medan*, (Skripsi: Universitas Sumatera Utara Medan, 2018).

binaan PT Bank Sumatera Utara. Penelitian ini UMKM tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia Kantor Cabang Malang.

7. Dyah Permatasari, *“Kontribusi Program Kemitraan Corporate Social Responsibility PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Jember Terhadap Keberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”* (2019), Pendidikan Luar Sekolah Universitas Jember.³⁶

Penelitian terdahulu menggunakan metode pendekatan kualitatif. Teknik penentuan informan penelitian terdahulu menggunakan *purposive sampling* dan teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Hasil dari penelitian terdahulu adalah PT. Telekomunikasi Indonesia memberi pelatihan, peminjaman modal usaha, dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dalam aspek manajemen usaha dan pendapatan mitra binaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu UMKM mitra binaan mendapat pelatihan, pinjaman modal usaha, dan pendampingan, menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada program kemitraan, jika penelitian terdahulu UMKM tergabung dalam mitra binaan PT. Telekomunikasi Indonesia. Sedangkan penelitian ini UMKM tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia.

8. Mukhammad Iqbal, *“Peran Perbankan Syariah dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Industri Batik di*

³⁶ Dyah Permatasari, *Kontribusi Program Kemitraan Corporate Social Responsibility PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Jember Terhadap Keberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*, Jurnal Pendidikan Luar Sekolah 3 (1) 2019.

Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan” (2019), Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.³⁷

Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu adalah Perbankan Syariah memiliki peran memberi pinjaman atau pembiayaan kepada para produsen batik di Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan. Selain untuk modal Perbankan Syariah juga dapat menjadi sumber dana bagi pengusaha lain dan dapat memberikan pinjaman dana untuk keperluan lain.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu perbankan memiliki peran terhadap pemberdayaan dan pengembangan UMKM, perbankan memberikan pinjaman atau pembiayaan kepada produsen batik. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu jika penelitian terdahulu UMKM tergabung dalam mitra binaan Perbankan Syariah, sedangkan penelitian ini UMKM tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia.

³⁷ Mukhammad Iqbal, *Peran Perbankan Syariah dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Industri Batik di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, 2019).

9. Maulida Dwi Kartikasari, “*Peran Bank Indonesia Terhadap Sustainability Pengrajin Batik*” (2019), Program Studi Akuntansi Universitas Pancasakti Tegal.³⁸

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah metode kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *indepth interview* yaitu wawancara langsung kepada narasumber yang dalam hal ini adalah pendiri usaha batik “Canting Emas”. Hasil dari penelitian terdahulu, Bank Indonesia berperan dalam bidang pemasaran kepada pengrajin batik “Canting Emas” dengan seringnya memberikan informasi mengenai penyelenggaraan pameran UMKM khususnya batik. Bank Indonesia juga memfasilitasi biaya akomodasi pada saat mengikuti pameran baik di dalam kota maupun luar kota. Dan Bank Indonesia memberikan pelatihan membatik dengan mengundang narasumber selaku pembatik Pekalongan berpengalaman bernama Mustar Sidik.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia. Menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, jika penelitian terdahulu fokus pada peran Bank Indonesia terhadap *sustainability* pengrajin batik canting mas Kota Tegal. Penelitian ini fokus

³⁸ Maulida Dwi Kartikasari, *Peran Bank Indonesia Terhadap Sustainability Pengrajin Batik*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2019.

pada strategi peningkatan mutu produksi melalui kerjasama dengan Bank Indonesia pada usaha Batik Tulis prabulinggih.

10. Siti Hidayah, “Pemberdayaan UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jambi” (2019), Program Studi DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.³⁹

Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu yaitu pemberdayaan UMKM dimuat berdasarkan panduan tahapan pengembangan klaster yaitu, Pengembangan klaster diawali dengan memilih komoditas unggulan yang diperoleh dari *Base Line Survey* (BLS) dan komoditas unggulan yang ditetapkan Pemda setempat; Melakukan forum dialog *stakeholder* untuk memastikan komitmen dan peran masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan rencana klaster; Analisis SWOT, *Value Chain*, Klaster Dinamis; Perencanaan dengan penetapan visi, misi, sasaran, dan strategi jangka pendek, menengah, dan panjang; Implementasi; Pemantauan dan evaluasi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai peran Bank Indonesia dalam pengembangan UMKM. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Objek penelitian terdahulu Kelompok Tani Al-

³⁹ Siti Hidayah, *Pemberdayaan UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jambi*, (Laporan Magang: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2019).

Aqsho Ma'had Al-Jami'ah UIN Sutha Jambi, sedangkan penelitian ini menggunakan Usaha Batik Tulis Prabulinggih sebagai objek penelitian.

11. Rindu Luk Luul Makmunatunnisak, *“Implementasi Bantuan Teknis Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah Kepada UMKM Di Kota Palangka Raya”* (2020), Jurusan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah.⁴⁰

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah lapangan atau *field research*, menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu yakni kebijakan Bank Indonesia menetapkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 14/22/PBI/2012 tentang Pemberian Kredit Atau Pembiayaan Oleh Bank Umum Dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Pelaksanaan program bantuan teknis dari mencari UMKM yang telah memenuhi kriteria, kemudian menseleksi UMKM yang palng berpotensi serta dapat dilakukan monitoring, selanjutnya pemberian bantuan teknis akan sesuai dengan kebutuhan UMKM binaan. Bentuk bantuan teknis meliputi penelitian, pelatihan, pemberian bimbingan dan pendampingan, dan bantuan fasilitasi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada UMKM mitra binaan Bank Indonesia. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada jika penelitian terdahulu fokus pada

⁴⁰ Rindu Luk Luul M., *Implementasi Bantuan Teknis Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah Kepada UMKM di Kota Palangka Raya*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2020).

implementasi bantuan teknis kantor perwakilan Bank Indonesia provinsi Kalimantan Tengah kepada UMKM di Kota Palangka Raya. Sedangkan penelitian ini fokus pada Pemberdayaan UMKM batik tulis Prabulinggih melalui program sosial Bank Indonesia kantor perwakilan Malang.

12. Siti Alfia Ayu Rohmayanti, “*Kajian Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur*” (2020), Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.⁴¹

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu metode kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik pengolahan data dengan melakukan editing, organizing, serta penganalisaan data. Hasil dari penelitian terdahulu adalah hubungan antara analisis *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behavior* dari UMKM binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Jawa Timur atau yang dinamakan WUBI (Wirausaha Unggulan Bank Indonesia). Semua UMKM telah memiliki kepercayaan mengenai literasi keuangan syariah dalam hal gaya hidup. Hal ini ditinjau dari *financial attitude* dalam hal faktor spiritual yang telah diterapkan dan hal itu juga diterapkan pula dalam praktek *financial behavior* perihal *consumption* yang sesuai dalam tuntunan syariah.

⁴¹ Siti Alfia Ayu Rohmayanti, *Kajian Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama merupakan UMKM yang tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia. Menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitiannya. Jika penelitian terdahulu fokus terhadap analisis kajian literasi keuangan syariah pada UMKM binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur, sedangkan penelitian ini fokus pada strategi peningkatan mutu produksi melalui kerjasama Bank Indonesia pada usaha Batik Tulis Prabulinggih di Kabupaten Probolinggo.

13. Sella Desmayanti, *“Efektivitas Pelaksanaan Program Kerja Bank Indonesia Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Mikro Batik Basurek Di Kota Bengkulu”* (2020), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu .⁴²

Penelitian terdahulu menggunakan penelitian lapangan (*field search*) dan menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian terdahulu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu yakni pelaksanaan program kerja Bank Indonesia dalam pengembangan UMKM batik besurek di kota Bengkulu sudah mengalami kemajuan dan berjalan dengan baik, adapun dana yang digunakan dalam pengembangan UMKM batik besurek menggunakan dana sosial (CSR).

⁴² Sella Desmayanti, *Efektivitas Pelaksanaan Program Kerja Bank Indonesia Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Mikro Batik Basurek Di Kota Bengkulu*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu 2020).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama fokus pada peran Bank Indonesia dalam pemberdayaan UMKM. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu yakni UMKM batik besurek, sedangkan objek penelitian pada penelitian ini yakni Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo.

14. Iffa Tri Cahyani, “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas” (2021), Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.⁴³

Pada penelitian terdahulu menggunakan penelitian lapangan (*field research*), dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian pada penelitian terdahulu adalah strategi Pemerintah Daerah dalam pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas dilakukan dengan empat cara yaitu pemasaran produk secara *offline* dan *online*, memperluas promosi pemasaran, membangun komunikasi internal yang lebih baik, dan meningkatkan pengawasan persediaan, kondisi, dan penjualan produk.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu meliputi semua pelaku UMKM yang tergabung pada Gerai Pusat Produk UKM/IKM yang

⁴³ Iffa Tri Cahyani, *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021).

didirikan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas. Sedangkan objek penelitian pada penelitian ini hanya pada Usaha Batik Tulis Prabulinggih Kabupaten Probolinggo. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM mitra binaan.

15. Juli Ariska, “*Peran Corporate Social Responsibility Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan UMKM IR&IR Songket Deli*” (2021), Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.⁴⁴

Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian terdahulu adalah proses pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam Pemberdayaan UMKM IR & IR Songket Deli terdapat dua cara yaitu melalui program UMKM Binaan dan Program Sosial Bank Indonesia. Program UMKM Binaan diperoleh UMKM IR & IR Songket Deli atas tawaran langsung dari KPwBI Sumut dimana pegawai pelaksana setiap tahun membuat rencana program pengembangan untuk UMKM IR & IR Songket Deli, bantuan yang diperoleh merupakan bantuan teknis seperti program pelatihan, pendampingan, promosi, pameran dan studi banding. Sedangkan Program Sosial Bank Indonesia untuk mendapatkan bantuan fisik didapatkan

⁴⁴ Juli Ariska, *Peran Corporate Social Responsibility Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan UMKM IR&IR Songket Deli*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

melalui proses pengajuan proposal ke unit kehumasan KPwBI Sumut kemudian unit kehumasan beserta pejabat pelaksana akan memproses proposal, kemudian ketika proposal diterima maka unit kehumasan akan menyerahkan bantuan fisik dan melakukan publikasi dengan mengundang wartawan pada acara sereoni serah terima bantuan, bantuan yang diterima merupakan bantuan fisik berupa satu unit alat hani dan enam unit alat tenun bukan mesin (ATBM).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM mitra binaan Bank Indonesia. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu UMKM IR & IR Songket Deli. Sedangkan pada penelitian ini objek penelitian pada Usaha Batik Tulis Prabulinggih

Tabel 1.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4
1.	Dwi Sepriono Nur, (2017) Peran Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM mitra binaan.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian terdahulu UMKM menjadi mitra binaan Dinas Koperasi dan UMKM.
2.	Anwar Rosidi dkk, (2017) Peranan Perbankan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup	Persamaan yaitu sama-sama merupakan UMKM mitra binaan perbankan, mendapat pinjaman modal usaha dan pendampingan.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian terdahulu UMKM tergabung dalam mitra binaan perbankan syariah yaitu Bank

	Masyarakat Kota Salatiga		Muamalat KCP Salatiga.
3.	Ni Nyoman Sunariani dkk, (2017) Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali	Persamaan yaitu sama-sama merupakan UMKM mitra binaan yang memiliki tujuan agar dapat mengembangkan usahanya.	Perbedaannya pada penelitian terdahulu UMKM memperoleh pemberdayaan dan pembinaan dari beberapa pihak yaitu Pemerintah, Perbankan, BUMN, Koperasi, LDP, BUMD, dan Perguruan Tinggi.
4.	Aliya Khairunnisa, (2018) Revitalisasi UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM yang tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia, dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan terletak pada penelitian terdahulu fokus pada pengembangan UMKM melalui Program Sosial Bank Indonesia, sedangkan penelitian ini fokus pada peningkatan omset penjualan pada batik tulis Prabulinggih melalui program sosial Bank Indonesia.
5.	Husni, (2018) Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Usaha Tas Bordir Motif Aceh di Desa Meunasah Rayeuk, Kec.Nisam Kab.Aceh Utara)	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang sama-sama membahas mengenai pemberdayaan UMKM melalui peran Bank Indonesia.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian pengrajin Tas Motif Aceh, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo.

6.	Zulfadillah, (2018) Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Bank Sumatera Utara Kantor Pusat Dalam Pemberdayaan UMKM Kota Medan	Persamaan yaitu sama-sama merupakan UMKM yang dibina oleh pihak perbankan yang memiliki tujuan dalam mengembangkan usahanya.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan UMKM yang tergabung dalam mitra binaan PT Bank Sumatera Utara
7.	Dyah Permatasari, (2019) Kontribusi Program Kemitraan Corporate Social Responsibility PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Jember Terhadap Keberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	Persamaan yaitu UMKM mitra binaan mendapat pelatihan, pinjaman modal usaha, dan pendampingan, dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan UMKM mitra binaan PT. Telekomunikasi Indonesia.
8.	Mukhammad Iqbal, (2019) Peran Perbankan Syariah dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Industri Batik di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan	Persamaan terletak pada peran perbankan terhadap pemberdayaan dan pengembangan UMKM.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu UMKM tergabung dalam mitra binaan Perbankan Syariah.
9.	Maulida Dwi Kartikasari, (2019) Peran Bank Indonesia Terhadap <i>Sustainability</i> Pengrajin Batik	Persamaan terletak pada UMKM yang tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia.	Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian terdahulu fokus terhadap <i>sustainability</i> pengrajin batik canting.
10.	Siti Hidayah, (2019) Pemberdayaan UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jambi	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai peran Bank Indonesia dalam pengembangan UMKM.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Objek penelitian terdahulu Kelompok Tani Al-Aqsho Ma'had Al-Jami'ah

			UIN Sutha Jambi, sedangkan penelitian ini menggunakan Usaha Batik Tulis Prabulinggih sebagai objek penelitian.
11.	Rindu Luk Luul Makmunatunnisak, (2020) Implementasi Bantuan Teknis KPw BI Provinsi Kalimantan Tengah Kepada UMKM di Kota Palangkaraya	Persamaan terletak pada sama-sama merupakan UMKM mitra binaan Bank Indonesia.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada jika penelitian terdahulu fokus pada implementasi bantuan teknis Bank Indonesia kepada UMKM di Kota Palangka Raya. Sedangkan penelitian ini fokus pada pemberdayaan UMKM melalui program sosial Bank Indonesia pada usaha Batik Tulis Prabulinggih.
12.	Siti Alfia Ayu Rohmayanti, (2020) Kajian Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur	Persamaan yaitu sama-sama merupakan UMKM yang tergabung dalam mitra binaan Bank Indonesia.	Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian terdahulu fokus terhadap analisis kajian literasi keuangan syariah pada UMKM binaan Bank Indonesia.
13.	Sella Desmayanti, (2020) Efektivitas Pelaksanaan Program Kerja Bank Indonesia Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Mikro Batik Basurek Di Kota Bengkulu	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama fokus pada peran Bank Indonesia dalam pemberdayaan UMKM.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu yakni UMKM batik besurek, sedangkan objek penelitian pada penelitian ini yakni Usaha Batik Tulis

			Prabulinggih Probolinggo.
14.	Iffa Tri Cahyani, (2021) Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Gerai Pusat Produk UKM/IKM Pratistha Harsa Kabupaten Banyumas	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM mitra binaan.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu meliputi semua pelaku UMKM yang tergabung pada Gerai Pusat Produk UKM/IKM yang didirikan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas.
15.	Juli Ariska, (2021) Peran <i>Corporate Social Responsibility</i> Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan UMKM IR&IR Songket Deli	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama merupakan UMKM mitra binaan Bank Indonesia.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu UMKM IR & IR Songket Deli. Sedangkan pada penelitian ini objek penelitian pada Usaha Batik Tulis Prabulinggih.

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

Dari beberapa jenis penelitian yang telah dipaparkan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Persamaan yaitu sama-sama membahas tentang pemberdayaan UMKM agar UMKM tetap bertahan dan terus berkembang sehingga dapat bersaing dalam pasar nasional maupun internasional. Perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian, objek penelitian pada penelitian terdahulu merupakan UMKM yang bergerak dibidang kain tenun, pertanian, dan perikanan. Sedangkan, objek penelitian pada penelitian ini

adalah UMKM yang bergerak di bidang batik tulis yakni, Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian. Pembahasan secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. Pemasaran

a. Pengertian pemasaran

Menurut Philip Kotler, Pemasaran yaitu kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.⁴⁵ Kebutuhan dan keinginan yang dimaksud ialah yang dapat dipenuhi dengan adanya produk atau sumber-sumber atau alat pemuas. Produk tersebut dapat berupa barang, jasa, kegiatan, tempat, organisasi, dan gagasan/ide.

Menurut W.J. Stanton, Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran atau sering disebut dengan istilah *marketing* adalah suatu proses yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa

⁴⁵ Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 1.

yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.⁴⁶

b. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *stratagos* yang artinya seni atau ilmu para jenderal untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. Konsep ini relevan dengan zaman dahulu yang pada masanya jenderal sangat penting untuk memimpin perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana atau pengerahan kekuatan militer dan material di daerah tertentu sehingga dapat mencapai tujuan tertentu.⁴⁷

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang dijadikan sebagai panduan dalam kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan, serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada

⁴⁶ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 1.

⁴⁷ Retina Sri Sedjati, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), 1.

masing-masing acuan dan lokasinya, terutama dalam menghadapi keadaan persaingan yang berubah-ubah.⁴⁸

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, karena setiap jenis program (seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh karena itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengordinasikan program pemasaran agar dapat sejalan dan terealisasi.

c. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler, Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik, meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.⁴⁹

Marketing mix atau yang disebut dengan istilah bauran pemasaran merupakan kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan pemasaran agar dicapai kombinasi maksimal dengan tujuan dapat memuaskan konsumen. Para pengusaha akan selalu menciptakan

⁴⁸ Ujang Sumarwan, *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2015), 12.

⁴⁹ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), 9.

kombinasi yang terbaik dari unsur/elemen bauran pemasaran. Adapun unsur/elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran dikenal dengan 4 P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), kegunaan lokasi dan saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).⁵⁰

1) Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan/ide. Perusahaan harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat dan sesuai dengan sasaran pasar.

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting dalam *marketing mix*, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya. Penentuan jenis produk yang dipasarkan akan dapat menentukan kegiatan promosi, penentuan harga, dan

pendistribusian produk tersebut. Tujuan utama strategi produk yaitu agar dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.

Dalam pemasaran syariah, terdapat beberapa tindakan dan praktik yang perlu diperhatikan saat menentukan produk antara lain:⁵¹

a) Halal

Kategori halal memiliki 3 tingkatan:

⁵⁰ Sisca dkk, *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 73.

⁵¹ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah teori dan Aplikasi*, (Depok: PT Kharisma Putra Utama, 2017), 124.

(1) Wajib. Wajib artinya harus dilakukan dan dilaksanakan.

Seorang muslim yang tidak melakukan suatu hal yang sifatnya wajib akan berdosa, jika perusahaan tidak melakukan hal-hal yang bersifat wajib maka sama halnya perusahaan tersebut tidak memenuhi syariah. Misalnya seorang pelaku bisnis harus selalu mengedepankan sifat jujur dan transparan.

(2) Mandub. Mandub/sunnah sifatnya mendapat pahala jika dikerjakan dan tidak berdosa jika ditinggalkan. Dalam suatu perusahaan jika memungkinkan harus dapat melakukan hal-hal yang bersifat mandub. Misalnya seorang pelaku bisnis saling membantu dan berusaha bekerja keras.

(3) Makruh. Makruh adalah tindakan yang tidak disukai namun tidak dikenakan hukuman jika dilakukan. Jika memungkinkan tindakan makruh tersebut harus dihindari. Misalnya jangan menggunakan air yang berlebihan dalam berwudu.

b) Ragu-ragu

Seorang muslim harus menahan diri dari tindakan/hal yang meragukan. Suatu tindakan/hal yang meragukan berarti statusnya tidak jelas apakah diperbolehkan atau tidak dalam islam. Seorang pelaku bisnis harus menahan diri dari kegiatan

dan tindakan yang meragukan agar tidak dipandang tidak bermoral oleh pesaing dan pelanggan

c) Haram

Segala tindakan yang sangat jelas dilarang oleh islam, baik secara langsung maupu tidak langsung. Semua orang termasuk seorang pelaku bisnis yang melakukan tindakan haram akan berdosa dan perbuatannya tersebut akan dipertanggung jawabkan diakhirat kelak.

2) Harga (*Price*)

Menurut Philip Kotler, harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk produk yang akan dibeli. Sedangkan menurut Joko Untoro, definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai barang atau jasa yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa termasuk dengan pelayanannya yang diukur dengan jumlah uang.

Harga adalah satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan dari penjualan, sedangkan unsur lain merupakan unsur pengeluaran. Karena menghasilkan penerimaan penjualan maka harga dapat mempengaruhi tingkat penjualan,

keuntungan, dan *market share* yang dapat dicapai oleh perusahaan.

Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus mempertimbangkan berbagai pihak antara lain pekerja/karyawan, konsumen akhir, distributor, penyedia dana, pesaing, dan pemerintah. Hal tersebut perlu diperhatikan karena tingkat harga tidak lepas dari daya beli konsumen, reaksi pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan. Pada dasarnya prosedur penetapan harga dikelompokkan kedalam beberapa kelompok antara lain:

a) Penetapan harga dengan orientasi biaya

(1) Penetapan harga secara *mark-up*, dilakukan dengan cara menambahkan persentase tertentu dari harga beli produk

dari seorang pedagang (*supermarket*).

(2) Penetapan harga dengan *cost plus*, dilakukan dengan cara menambahkan persentase tertentu dari total biaya (*cost of good sold*).

(3) Penetapan harga sasaran, dalam hal ini harga jual yang ditetapkan dapat memberikan keuntungan tertentu yang dianggap wajar. Keuntungan tersebut diperoleh dalam tingkat investasi tertentu dan resiko yang mungkin terjadi.

b) Penetapan harga dengan orientasi permintaan

(1) Penetapan harga berdasarkan penilaian konsumen terhadap suatu produk. Dalam hal ini penetapan harga sangat mempengaruhi posisi produk di pasar, sehingga pengaruh ini perlu dipertimbangkan oleh produsen.

(2) Penetapan harga diskriminasi atau perbedaan harga. Kemampuan pelaku usaha dalam menentukan harga pada barang dan jasa yang sama dengan kualitas yang sama pada konsumen yang berbeda. Dalam hal ini umumnya menekankan dasar pertimbangan pada pola permintaan.

c) Penetapan harga dengan orientasi persaingan

(1) Penetapan harga berdasarkan tingkat harga rata-rata (*going rate pricing*). Kemampuan pelaku usaha

mempertimbangkan harga pesaing sebagai dasar dalam menetapkan harga penawarannya sendiri.

(2) Penetapan harga tender atau pelelangan (*sealed bid pricing*). Penetapan harga yang diajukan dengan sampul tertutup, sehingga konsumen dapat memilih penjual/produsen yang dianggap memiliki harga yang rendah dengan spesifikasi yang diinginkan.

d) Penetapan harga menurut Islam

Nabi Muhammad SAW. mengatakan bahwa harga di pasar ditentukan oleh Allah SWT. yang berarti penetapan

harga di pasar tidak boleh ada campur tangan dari pihak manapun. Dalam hadis nabi bersabda yang artinya:⁵²

“Dari Anas Bin Malik berkata: Anas berkata: Wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kita!. Kemudian beliau menjawab: Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga penahan, pencurah, serta pemberi rezeki. Aku mengharapkan dapat menemui tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kedzaliman dalam hal darah dan harta. (HR. Abu Dawud)”.

Makna dari hadis tersebut yaitu Rasulullah tidak ingin menentukan harga. Dalam hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga tergantung pada mekanisme pasar yang alamiah. Hal tersebut dapat dilakukan ketika mekanisme pasar dalam keadaan normal. Sedangkan ketika mekanisme pasar tidak dalam keadaan sehat yakni terjadi kerdzoliman seperti adanya penimbunan, riba, dan penipuan maka hendaknya pemerintah berlaku adil dalam menentukan harga agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Dalam prinsipnya Islam tidak melarang perdagangan, kecuali ada unsur kedzaliman, penipuan, penindasan, dan mengarah pada sesuatu yang dilarang.

3) Penyaluran atau Distribusi (*Place*)

Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha/produsen untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirim, dan menyampaikan produk yang dipasarkan kepada

⁵² Akhmad Mujahidn, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 172.

konsumen. Dalam menyalurkan, menyebarkan, mengirim, dan menyampaikan produk tersebut secara cepat dan tepat maka sebelumnya produsen harus mengetahui dimana tempat konsumen berada, berikut ini jenis-jenis saluran distribusi:

- a) Penyaluran intensif, yaitu cara distribusi dimana barang yang dipasarkan tersebut diusahakan dapat menyebar dengan luas sehingga dapat secara intensif/terus-menerus menjangkau semua lokasi konsumen.
- b) Penyaluran selektif, yaitu cara distribusi dimana barang hanya disalurkan oleh beberapa distributor saja yang terpilih/selektif.
- c) Penyaluran eksklusif, yaitu suatu bentuk penyaluran yang hanya menggunakan distributor yang sangat terbatas jumlahnya.

Lokasi/tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen dalam jual beli merupakan representasi prinsip dasar islam yakni sebagai wakil Allah di muka bumi harus mengolah sumber daya dengan cara yang adil.⁵³

4) Promosi (*Promotion*)

Menurut Philip Kotler, promosi sebagai salah satu bagian dan proses strategi pemasaran untuk membentuk komunikasi dengan pasar melalui komposisi *marketing mix*. Menurut Fandy Tjiptono, promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan

⁵³ Nurul Huda dkkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok: PT Kharisma Putra Utama, 2017), 131.

untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan sebuah upaya untuk menginformasikan, menyebarluaskan, memengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan dari suatu produk tertentu.

Pada dasarnya dalam pemasaran syariah, promosi harus beretika dan terbuka kebenarannya dalam setiap informasi tentang produk yang dipasarkan, hal ini merupakan inti dari pemasaran syariah. Perilaku tersebut diajarkan dalam Al-Quran dan Hadis dimana segala sesuatu yang dikerjakan oleh umat muslim ada pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Oleh karena itu, produsen atau pemasar berkewajiban untuk memberitahukan

semua informasi, termasuk kelemahan dan kerusakan pada barang yang tidak dapat dilihat secara kasat mata.

Upaya agar konsumen mengetahui dan mau membeli produk dari suatu perusahaan maka perlu adanya promosi. Adanya promosi agar perusahaan mampu menarik dan mempengaruhi konsumen sehingga menciptakan permintaan atas suatu produk. Dalam kegiatan promosi suatu barang perlu menggunakan unsur-unsur atau peralatan promosi. Berikut ini beberapa unsur-unsur dalam promosi atau *promotion mix* yaitu

periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan publisitas.

a) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah salah satu alat yang umum digunakan oleh produsen/pengusaha untuk mengarahkan komunikasi persuasive kepada konsumen. Kegiatan promosi atau periklanan memberikan pengaruh penting dalam keberhasilan penjualan suatu produk.

Periklanan merupakan bentuk menyampaikan dan mempromosikan secara non pribadi mengenai ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Menurut Nickles, pihak yang dapat menjadi sponsor yaitu lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan lain sebagainya. Komunikasi yang

digunakan oleh sponsor bersifat massal karena disampaikan melalui media massa seperti televisi, radio, koran, majalah, papan nama, spanduk, dan sebagainya.

b) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi untuk menggugah/menumbuhkan keinginan kepada konsumen, sehingga promosi penjualan ini merupakan usaha penjualan khusus atau yang dikenal dengan *special selling efforts*. Promosi penjualan dilakukan dengan berbagai usaha untuk meningkatkan penjualan yakni menyelenggarakan berbagai

pertemuan, pertunjukan, sampel gratis, pertumbuhan, dan kemasan khusus.

c) Penjualan perseorangan (*personal selling*)

Penjualan perseorangan merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon konsumen yang bertujuan penciptaan penjualan. Penjualan perseorangan diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dengan cara bertatap muka untuk menimbulkan hubungan timbal balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan, dan membina hubungan komunikasi antara penjual dan pembeli.

Penjualan perseorangan dapat menciptakan pengaruh secara langsung yang timbul dalam pertemuan tatap muka

antara penjual dan pembeli dimana terdapat pengkomunikasian fakta yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

d) Publisitas

Publisitas merupakan cara yang dilakukan oleh produsen/pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar konsumen menjadi tahu dan menyukai produk yang dipasarkan. Publisitas dilakukan dengan cara memuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tersebut di media massa seperti

televisi, radio, koran, majalah, dan sebagainya. Perbedaan antara iklan dengan publisitas yaitu publisitas merupakan berita yang bersifat tidak komersial sedangkan iklan terdapat pembayaran untuk keperluan tersebut.

Publisitas merupakan unsur yang lebih luas atau disebut dengan hubungan masyarakat, yang meliputi usaha-usaha untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi/perusahaan dengan masyarakat, termasuk pemilik usaha, karyawan, lembaga pemerintah, penyalur, serikat buruh, dan calon pembeli. Adanya publisitas dapat mempengaruhi kesan pembeli terhadap suatu perusahaan maupun produk dan jasa yang ditawarkan.

2. Omset Penjualan

a. Pengertian Omset Penjualan

Menurut Mulyadi, penjualan merupakan suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut, dalam kegiatan penjualan dapat dibayar secara tunai maupun kredit. Sedangkan menurut Abdullah, Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi, kegiatan pembelian dan perawatan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya

transfer hak atau transaksi.⁵⁴ Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha untuk menjual barang dagangannya.

Menurut Chaniago, omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan dari hasil penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Swastha, omset penjualan merupakan akumulasi kegiatan penjualan barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan dalam kurun waktu tertentu dengan terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu yang dihitung berdasarkan jumlah uang atau pendapatan yang diperoleh.⁵⁵

b. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Faktor yang dapat mempengaruhi omset penjualan, sebagai berikut:⁵⁶

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Tujuan utama penjualan yaitu agar dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan telah mencapai sasaran penjualan. Dalam mewujudkan tujuan penjualan tersebut,

⁵⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 23.

⁵⁵ Rusma Rizal dkk, *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omset Penjualan pada PT Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*, Jurnal Adminika, 2017, 85.

⁵⁶ Gusrizaldi dan Eka Kumalasari, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*, Jurnal Valuta, 2017, 293.

perlu memperhatikan masalah berikut, seperti lokasi, suasana toko, cara pembayaran, dan promosi.

Masalah tersebut sering kali menjadi perhatian bagi para pembeli. Oleh karena itu, manajer juga perlu memperhatikan jumlah serta sifat tenaga penjual yang baik, hal tersebut diperlukan untuk menghindari timbulnya rasa kecewa dari para pembeli.

2) Kondisi Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang didalamnya terdapat transaksi jual beli. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kondisi pasar, yang meliputi:

- a) Jenis pasar, apakah termasuk dalam pasar konsumen, pasar industry, pasar penjual, pasar pemerintah, dan lain sebagainya.
- b) Jenis dan karakteristik barang

c) Harga produk

d) Kelengkapan barang

3) Modal

Modal merupakan faktor yang paling penting dalam memperoleh omset penjualan, suatu perusahaan dalam mengenalkan suatu produk memerlukan beberapa biaya untuk menunjang proses pemasaran, seperti biaya promosi, transportasi, tempat peragaan, dan sebagainya. Semua hal tersebut dapat berjalan jika perusahaan memiliki modal.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada dasarnya perusahaan besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi operasional, hal ini bertujuan agar mempermudah pengawasan operasional usahanya. Akan tetapi perusahaan kecil dalam menangani masalah penjualan ditangani oleh orang yang memiliki fungsi lain dalam sebuah perusahaan. Hal ini terjadi karena jumlah tenaga kerja yang sedikit dan system organisasi yang sederhana sehingga masalah yang dihadapi tidak sekompleks perusahaan besar.

3. UMKM

a. Pengertian UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),

UMKM diartikan sebagai berikut.⁵⁷

1) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

⁵⁷ Rachmawan Budiarto dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), 2.

2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah)

3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,

b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

b. Peran UMKM

Peran UMKM tidak hanya pada pengembangan ekonomi rakyat akan tetapi UMKM juga memiliki peran dalam perekonomian nasional. Beberapa peran penting UMKM antara lain:⁵⁸

- 1) UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas pada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional.
- 2) Pada saat krisis moneter tahun 1997-1998 UMKM mampu berperan sebagai penyangga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan alternatif lapangan pekerjaan bagi para pekerja sektor formal yang terkena dampak krisis.
- 3) UMKM berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja baru dan melalui UMKM tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.

⁵⁸ Siti Hidayah, *Pemberdayaan UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia KPwBI Wilayah Jambi*, (Laporan Magang, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019), 17.

- 4) UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar, sehingga UMKM perlu perhatian khusus yang didukung oleh informasi akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.
- 5) UMKM di Indonesia, sering dikaitkan dengan berbagai masalah ekonomi sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, ketimpangan distribusi, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya penanggulangan masalah tersebut.

Selain itu, beberapa kontribusi positif UMKM yang tidak dapat dipandang sebelah mata antara lain:

- 1) Berdasarkan data Berita Statistik BPS dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tahun 2010, total tenaga kerja usaha besar dan kecil sebanyak 102,2 juta orang, sekitar 99,4 juta orang (97,22%) berada pada sektor UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja.
- 2) Peran UMKM dalam perekonomian nasional selama tahun 2010 menghasilkan PDB sebesar 57%. Banyak unit usaha yang dapat diciptakan dengan investasi terbatas di usaha kecil sehingga

banyak lapangan kerja baru yang dapat diciptakan jika UMKM terus didorong untuk tumbuh dan berkembang.

- 3) Secara geografis UMKM tersebar diseluruh tanah air, disemua sektor. UMKM dapat memberikan layanan kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat. *Multiplier effectnya* tinggi merupakan instrumen pemerataan pendapatan dan mengurangi ketimpangan kesejahteraan masyarakat.
- 4) Meningkatkan volume ekspor nonmigas sebagai salah satu komponen besarnya.
- 5) Dalam produksinya sektor UMKM tidak tergantung pada bahan baku impor. Umumnya memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal yang mudah ditemukan dan tersedia disekitar sehingga dapat menghemat devisa.

c. Permasalahan UMKM

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat maka UMKM juga mengalami beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain:⁵⁹

1) Permasalahan Teknis UMKM

Permasalahan teknis yang sering dihadapi oleh UMKM dikategorikan menjadi 3 (tiga) jenis yaitu:

⁵⁹ Barad Karnida dkk, *Direktori Skim Kredit Perbankan Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2013*, (KPwBI Prov. Kalteng: Unit Pemberdayaan Sektor Riil dan UMKM, 2013), 4.

- a) Permasalahan *Basic*, meliputi aspek pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM), teknologi, pembiayaan, perijinan, dan lain-lain.
- b) Permasalahan *Intermediary*, meliputi akses informasi, pasar, pembiayaan, kurangnya kewirausahaan, dan lain-lain.
- c) Permasalahan *Advance*, meliputi aspek pengembangan produk, pasar ekspor, *quality control*, dan lain-lain.

2) Permasalahan Aksesibilitas UMKM

Permasalahan aksesibilitas yang sering dihadapi oleh UMKM juga dikategorikan menjadi 3 (tiga) jenis yaitu:

- a) *Scale Gap* merupakan permasalahan kesenjangan antara besarnya pinjaman kredit UMKM yang diharapkan bank dengan maksimal kebutuhan kredit mikro yang relatif kecil, misal sulit mencari nasabah potensial, dan kurangnya kemampuan analisis bank.
- b) *Formalization Gap* merupakan masalah kesenjangan antara persyaratan formal bank seperti ijin usaha, jaminan/agunan dalam bentuk sertifikat tanah, NPWP dengan kondisi umumnya yang ada pada UMKM, misal banyak UMKM yang belum memiliki ijin usaha.
- c) *Information Gap* merupakan permasalahan kesenjangan informasi antara apa yang menjadi persyaratan dan prosedur

bank dengan apa yang UMKM ketahui pada umumnya, missal persyaratan/prosedur bank dan jaminan/agunan.

4. Batik Tulis

a. Definisi

Pembuatan batik pada zaman dahulu kebanyakan menggunakan teknik tulis. Teknik ini membutuhkan kesabaran dan ketelatenan yang tinggi. Setiap titik dalam motif yang dibuat akan sangat mempengaruhi hasil akhir. Setiap hasil dari motif Batik Tulis tertentu tidak akan sama persis, bahkan terkadang ada kesalahan yang terjadi dalam pembuatannya. Namun, kesalahan itu justru menjadi sebuah nilai seni tersendiri.⁶⁰

Waktu yang diperlukan untuk menghasilkan sebuah Batik Tulis bisa cukup lama. Bisa selesai dengan hitungan minggu, bahkan ada yang mencapai tahunan. Tingkat kerumitan seperti inilah yang membuat harga Batik Tulis menjadi sangat mahal. Saat ini, harga Batik Tulis bisa mencapai ratusan ribu hingga ratusan juta rupiah.

5. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Definisi CSR

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah bentuk komitmen perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap

⁶⁰ Dodi Mawardi, *Batik Menjadi Warisan Dunia*, Dikutip pada 17 Oktober 2021.

kepentingan pihak berkepentingan dalam arti luas selain kepentingan perusahaan. Artinya, CSR yaitu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat di lingkungannya, yang merupakan serangkaian kegiatan aktif perusahaan di tengah-tengah masyarakat untuk pemerataan kesejahteraan ekonomi bagi semua pihak berkepentingan.⁶¹

The World Business Council for Sustainable Development mengatakan *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen pelaku usaha secara berkelanjutan dengan mengedepankan etika sebagai pedoman perilaku, berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi serta meningkatkan perbaikan kualitas hidup pemangku kepentingan seperti pekerja dan keluarga, komunitas sekitar serta masyarakat luas.⁶²

Definisi dan konsep CSR pada saat ini terus mengalami perkembangan, di Indonesia telah terdapat banyak kajian dan regulasi terhadap CSR seperti dalam UU Perseroan Terbatas, UU Penanaman modal, UU mineral dan batu bara dan lain sebagainya. Dalam UU Perseroan Terbatas UUPT No. 40 tahun 2007 Pasal 1 angka 3 menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas

⁶¹ Muhammad Yasir Yusuf, “Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik”, (Depok: PT Balebat Dedikasi Prima, 2017), 51.

⁶² Mohammad Abdul Ghani, “Model CSR Berbasis Komunitas – Integrasi Penerapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Koperasi”, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2016), 69.

hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.⁶³

6. Bank Indonesia

a. Strategi Pengembangan UMKM

Bank Indonesia sebagai Bank Sentral Republik Indonesia yang telah diatur dalam undang-undang No.23/1999 yang telah diubah dengan undang-undang No.6/2009 maka peran Bank Indonesia dalam pengembangan Sektor Riil dan UMKM berubah menjadi *Promotional Role* yakni berupa Bantuan Teknis (Bantek) baik dari segi *Supply Side* yang meliputi pengaturan ketentuan dan penguatan kelembagaan, maupun dari segi *Demand Side* meliputi penelitian, pelatihan dan penyediaan informasi. Bantuan Teknis (Bantek) ini merupakan suatu strategi pengembangan UMKM yang dimulai dari, melakukan:

- 1) Penelitian, meliputi penyediaan data profil UMKM, penelitian Komoditas Unggulan (KPJU) dan Pola Pembiayaan.
- 2) Pembinaan dan Pengembangan Klaster, yang bertujuan untuk mendukung pengendalian harga dan pengembangan ekonomi daerah melalui peningkatan kinerja UMKM yang bergabung di dalamnya. Konsep pengembangan klaster yang dilakukan adalah pengembangan ekonomi yang dimulai hulu ke hilir dengan orientasi hulu pada penyediaan/akses bahan baku dan hilir pada akses pasar dengan menggunakan analisis rantai nilai.

⁶³ Aliya Khaitunnisa, "Revitalisasi UMKM Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Bank Indonesia provinsi Kalimantan Tengah", (Skripsi, IAIN Palangkaraya, 2018), 30.

- 3) Penyediaan Informasi, menyediakan informasi dalam website Bank Indonesia di www.bi.go.id yakni pada info UMKM yang menyajikan Data dan Informasi Bank Indonesia, Data UMKM Potensial yang belum dibiayai bank.
- 4) Bazar dan Intermediasi Perbankan.

b. Peran Bank Indonesia

Bank Indonesia memiliki peran dalam kelangsungan UMKM khususnya Batik Tulis yang meliputi berbagai bidang, diantaranya:

1) Bidang Pemasaran

Bank Indonesia memberikan informasi berupa diselenggarakannya pameran. Program pameran dimaksud agar produk batik dapat dikenal dan diminati oleh konsumen di dalam maupun di luar kota. Program ini juga dimaksudkan sebagai

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJJACHIMAD SIDDIQ
JEMBER

penggerak peningkatan daya saing untuk menuju kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Bank Indonesia juga memfasilitasi dari sisi pembiayaan. Pembiayaan tersebut berupa uang saku, penginapan, dan transportasi. Selain dari sisi pembiayaan Bank Indonesia juga memfasilitasi kain mori yang merupakan bahan baku utama dalam pembuatan batik. Bank Indonesia memberikan kain mori dengan kualitas terbaik dalam menghasilkan batik. Dengan kain mori kualitas baik akan menghasilkan kain batik dengan nilai jual yang lebih tinggi.

2) Bidang Sumber Daya Manusia

Bank Indonesia berupaya membina pengrajin Batik melalui kegiatan yang diselenggarakan berupa pelatihan. Ilmu berupa teknik membatik sangat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas batik. Semakin baik kualitasnya akan semakin diminati oleh masyarakat. Hasil dari pelatihan ini adalah peningkatan keterampilan. Peningkatan keterampilan ini ditujukan pada pengembangan motif yang mampu dihasilkan oleh pengrajin batik. Pembinaan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu bersaing di pasar dan dengan produk sejenisnya yang lebih dahulu beredar di pasaran.

3) Bidang Bantuan Teknis

Bank Indonesia memberikan bantuan teknis kepada UMKM lebih ditekankan pada peningkatan kemampuan SDM dan perluasan informasi yang relevan dengan pengembangan sektor usaha tersebut. Tujuan dari bantuan teknis adalah untuk membantu peningkatan kemampuan UMKM dalam pengelolaan usaha dan akses kepada sumber-sumber daya produktif. Sedangkan lingkup kegiatan bantuan teknis, berdasarkan bantuan yang diterima terdiri dari pemberian pelatihan, studi/penelitian, dan konsultasi.

Sementara ini Bank Indonesia memberikan bantuan berupa kain mori dan lilin dengan kualitas terbaik. Kain mori dan

lilin ini akan bermanfaat agar kualitas batik yang dihasilkan akan semakin baik. Kain mori dan lilin yang diberikan Bank Indonesia dimaksudkan untuk dapat meningkatkan harga jual kain batik yang dihasilkan. Selain itu, dengan adanya bantuan teknis memberikan rasa semangat dan percaya diri untuk mampu bersaing dengan pengrajin batik lain.

c. Program Bank Indonesia

Program UMKM Bank Indonesia terdiri dari Program Klaster dan Program Pengembangan UMKM dan Sektor Riil dari Wirausaha Bank Indonesia (WIBU). Program pengembangan WIBU terdiri dari tahap *recruitment*, *bootchamp*, pendampingan dan *monitoring*. *Bootchamp* merupakan fase pengembangan dan pelatihan bagi wirausaha terpilih dan terdiri dari pelatihan *in class*, *field visit*, *study banding*, dan kegiatan lain yang mendukung kapasitas peserta sebagai wirausaha yang handal. Dalam program UMKM ini diharapkan mampu terwujud secara nasional yang berperan di sisi penawaran, yang nantinya hal ini akan membantu peningkatan kapasitas ekonomi nasional serta mendukung tugas BI dalam menjaga kestabilan nilai tukar rupiah dari banyaknya barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian secara umum didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap diawali dengan penentuan topik, pengumpulan data dan menganalisis data, sehingga diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala atau isu tertentu.⁶⁴ Penelitian kualitatif yaitu dengan cara menggambarkan permasalahan yang didasari oleh data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut lagi kemudian ditarik sebuah kesimpulan.⁶⁵

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian jenis deskriptif merupakan penelitian yang hasil datanya berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut diperoleh dari hasil dokumentasi dan wawancara yang dilakukan secara terjun langsung ke lapangan dan langsung mewawancarai internal dengan pemilik galeri Batik Tulis prabulinggih dan karyawan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut hendak dilakukan.⁶⁶ Lokasi penelitian pada penelitian ini bertempat di Desa Bulujaran, Kecamatan Tegalsiwalan, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur.

⁶⁴ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia), 2.

⁶⁵ Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 8.

⁶⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 47.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini dalam menentukan subjek penelitian atau informan menggunakan teknik purposive. Teknik purposive merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini yakni dengan memilih informan yang dipandang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian.⁶⁷ Adapun subjek pada penelitian ini, di antaranya:

1. Pemilik Usaha : Satimin
2. Anggota keluarga : Amir Mahmud dan Dewi Sarpani
3. Karyawan : Lukman, Putri, Ani, dan Ila
4. Pihak Bank Indonesia : Suwandi
5. Konsumen : Angel, Raswati, Wika, Fitri, dan Erna

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada jenis penelitian kualitatif menjadikan peneliti sebagai instrumen utama untuk mencari data dengan berinteraksi secara simbolik dengan informan atau subjek yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yakni wawancara.

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai. Wawancara dilakukan dengan maksud untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapatan secara lisan dari

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 218.

seseorang yang biasanya disebut responden.⁶⁸ Kegiatan ini dilakukan peneliti dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada informan terkait dengan pertanyaan atau fokus penelitian.

Penelitian menggunakan jenis wawancara semiterstruktur yaitu peneliti telah membuat instrument sebagai pedoman saat melakukan wawancara, tetapi pelaksanaan wawancara tidak terikat penuh oleh pedoman dan lebih bersifat terbuka. Pedoman wawancara digunakan untuk menghindari beberapa permasalahan yang terlupakan oleh peneliti dan digunakan sebagai bimbingan sehingga proses wawancara bisa lebih terarah dan terstruktur. Dalam teknik ini peneliti menggunakan wawancara semistruktur. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti, yaitu:

1. Sejarah Perusahaan dan Visi & Misi Perusahaan.
2. Alat dan bahan yang digunakan untuk membuat Batik Tulis
3. Strategi Bank Indonesia dalam meningkatkan mutu produk pada usaha Batik Tulis Prabulinggih.
4. Perkembangan usaha Batik Tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah bermitra dengan Bank Indonesia.
5. Peran dan pembinaan Bank Indonesia terhadap usaha Batik Tulis Prabulinggih.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan

⁶⁸ Fandi Rosi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta: leutikaprio), 109.

cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh ia sendiri maupun orang lain. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknis analisis deskriptif yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata atau narasi untuk menjelaskan fenomena atau data yang diperoleh.

Terdapat beberapa langkah analisis data yakni: reduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Berikut penulis jelaskan sebagai berikut:⁶⁹

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum dan memilih data yang diperoleh dari lapangan yang dianggap penting, dan membuang data yang dianggap tidak mendukung penelitian, kemudian mencatat dalam jurnal penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, berdasarkan urutan teori yang disajikan. Penyajian data bisa dilakukan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan pembaca dalam memahami data-data lapangan yang sudah didapatkan oleh peneliti.

⁶⁹ Husna Nashihin, *Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Pesantren*, (Semarang: Formaci, 2017), 85.

3. Menarik kesimpulan

Permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, posisi. Penelitian yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan dengan loggar, tetap terbuka dan skeptis.

F. Keabsahan data

Keabsahan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber.⁷⁰ Data yang dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan sesuatu kesimpulan selanjutnya diminta kesepakatan atau keterangan dengan sumber data tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁷⁰ Bachtiar, *Mendesain Penelitian Hukum*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2021), 117.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Batik Tulis Prabulinggih

Prabulinggih merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang batik tulis. Perusahaan ini bernama Batik Tulis CV. Prabulinggih dengan pemilik bernama bapak Satimin. Bapak Satimin merintis usaha batik tulis pada tahun 1997 akan tetapi usaha batik tersebut tidak sukses dan produksinya tidak laku dipasaran. Sehingga kain batik yang beliau buat dipakai dan digunakan sendiri. Setelah usaha batik tersebut tidak berhasil, bapak Satimin mencoba usaha lain yaitu menjadi pengusaha rokok. Namun seiring perkembangan zaman, hasil produksi rokok beliau tidak laku karena kalah saing dengan produk sejenisnya. Tahun 2007 usaha rokok yang beliau jalani mengalami gulung tikar. Dalam kondisi kalut dan bingung dengan bangkrutnya usaha rokok yang sebelumnya beliau jalani, Bapak Satimin menyepi dan melakukan ziarah kebeberapa makam wali dengan harapan mendapat petunjuk terkait dengan usaha apa yang cocok untuk beliau jalani, sepulang dari ziarah bapak Satimin mendapat petunjuk bahwa rezekinya berada dirumah. Setelah ditelaah lebih jauh kegagalan usaha batik di tahun 1997 silam hanyalah kurang pahaman mengenai manajemen usaha.⁷¹

⁷¹ Bapak Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

Tahun 2010 bapak Satimin memulai kembali usaha batik tulis, beliau aktif mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Probolinggo. Selang satu minggu setelah mengikuti pelatihan bapak Satimin membuat batik, kemudian beliau melaporkan batik buatannya kepada pihak dinas. Produk batik bapak Satimin diterima oleh dinas dan pihak dinas memberikan informasi mengenai pameran yang diadakan di Gramedia Expo. Bapak Satimin juga aktif mengikuti pameran sehingga batik tulis buatan beliau mulai dikenal oleh masyarakat dan berkembang secara bertahap. Sebagai bentuk apresiasi terhadap karya batik tulis bapak Satimin, pada bulan Maret 2013 beliau mendapatkan sertifikasi emas dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia serta penghargaan lainnya.⁷²

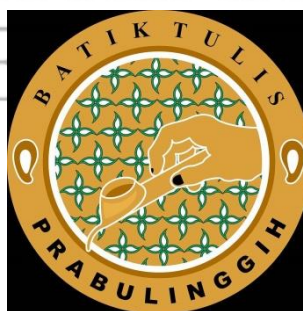
Bapak Satimin memberi nama usaha batiknya dengan Batik Tulis CV. Prabulinggih, yang berasal dari kata *prabu* artinya raja dan *linggih* artinya duduk sehingga memiliki arti tempat duduk para prabu/raja. Mengingat wangsit untuk mendirikan usaha batik ini didapatkan setelah bapak Satimin melakukan ziarah ke makam 9 wali yang berakhir di Cirebon. Maka dari nama prabu linggih dikaitkan dengan hasil mencari petunjuk dimakam para wali. Usaha batik tulis prabulinggih bertempat di rumah bapak Satimin dan istrinya ibu Sarpani, alasan beliau memilih tempat usaha di rumah agar bisa menularkan ilmu membatik kepada para

⁷² Bapak Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

tetangga. Selain itu proses produksi batik tulis tidak membutuhkan tempat khusus.⁷³

Selain menjadi mitra binaan Dinas Koperasi, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pada tahun 2014 batik tulis Prabulinggih bergabung menjadi mitra binaan Bank Indonesia Malang. Pihak Bank Indonesia menawarkan langsung kepada pemilik usaha batik tulis Prabulinggih agar bergabung menjadi mitra binaan Bank Indonesia, dalam hal ini tentunya Bank Indonesia memiliki kriteria UMKM yang akan dibina. Alasan Bank Indonesia memilih usaha batik tulis Prabulinggih karena batik tulis Prabulinggih memiliki produk yang baik, memiliki keunikan motif (mengangkat ikon probolinggo seperti manga, anggur, gunung bromo, air terjun madakaripura, dan lain-lain), memiliki warna batik yang tajam, memperhatikan kerapian motif, dan memiliki makna pada setiap kain batik yang dibuat.⁷⁴

2. Logo Batik Tulis Prabulinggih



Sumber: Dokumen Batik Tulis Prabulinggih

⁷³ Bapak Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

⁷⁴ Bapak Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

3. Visi dan Misi Batik Tulis Prabulinggih

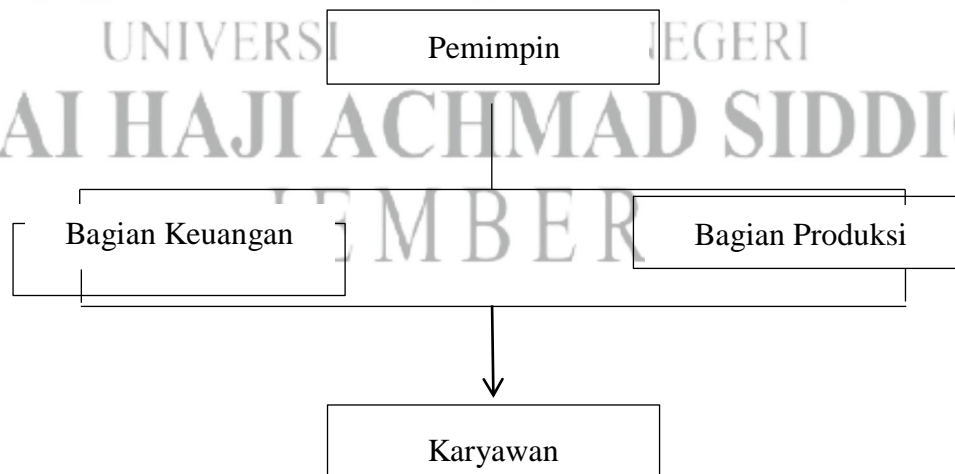
a. Visi

Menjadi batik tulis terbaik dunia dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

b. Misi

- 1) Melestarikan batik sebagai warisan budaya bangsa
- 2) Menjadikan batik salah satu kebanggaan bangsa dan digemari berbagai lapisan masyarakat
- 3) Melestarikan dan mengembangkan batik tulis sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- 4) Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan khususnya masyarakat dilingkungan sekitar

4. Struktur Organisasi Batik Tulis Prabulinggih



Sumber: Dokumen Batik Tulis Prabulinggih

Usaha Batik Tulis Prabulinggih memiliki 22 orang karyawan, diantaranya sebagai bagian keuangan dan bagian produksi. Bagian

keuangan memiliki tanggung jawab mencatat dan membuat pembukuan mengenai pemasukan dan pendapatan usaha. Bagian produksi memiliki tanggung jawab pada saat proses produksi, mulai dari mempersiapkan bahan baku sampai menjadi produk jadi. Sedangkan masing-masing karyawan pada usaha batik tulis Prabulinggih memiliki tugas menggambar pola atau motif, mencanting/menerakan malam, dan memberi warna. Adapun tugas setiap bagian antara lain:

- a. Bapak Satimin selaku pemilik usaha batik tulis Prabulinggih dan pimpinan perusahaan yang mempunyai wewenang terbesar dalam mengambil keputusan serta memiliki hak penuh untuk mengendalikan industrinya dengan menyiapkan segala hal yang dibutuhkan selama proses produksi. Bapak Satimin bersama dengan bagian produksi yakni Amir membuat sketsa dan desain motif batik, motif batik dibuat sesuai dengan permintaan konsumen. Biasanya motif batik yang sering dipesan yakni ikon Probolinggo seperti manga, anggur, gunung bromo, air terjun madakaripura, dan lain-lain. Hal ini karena konsumen batik tulis Prabulinggih kebanyakan berasal dari Kota maupun Kabupaten Probolinggo. Selain ikon Probolinggo, ide pembuatan motif batik Prabulinggih juga berasal dari tokoh wayang dan cerita rakyat.
- b. Bagian keuangan dikoordinasi oleh ibu Dewi Sarpani yang merupakan istri dari bapak Satimin. Ibu Dewi bertugas mencatat gaji karyawan pada bagian produksi serta membuat pembukuan pemasukan atau pendapatan dan pengeluaran atau belanja pada setiap kegiatan produksi

batik tulis Prabulinggih. Tidak hanya mengkoordinasi bagian keuangan, ibu Dewi juga andil dalam proses pencantingan pada kain batik tulis.

- c. Bagian produksi dikoordinasi oleh Amir Mahmud yang merupakan anak dan penerus dari bapak Satimin. Amir memiliki tugas dan tanggung jawab dalam setiap kegiatan produksi, mulai dari mempersiapkan bahan baku sampai menjadi produk jadi.
- d. Tugas karyawan pada usaha batik tulis Prabulinggih dibagi menjadi:
 - 1) Memotong kain, kain yang digunakan adalah kain katun dan kain sutra. Ukuran pada setiap potong kain batik memiliki panjang 240 cm dan lebar 115 cm.
 - 2) Membersihkan dan mencuci kain yang bertujuan untuk menghilangkan kandungan lemak dan kanji yang menempel pada kain.
 - 3) Membuat desain atau motif batik di atas kertas, dalam hal ini kertas yang digunakan yakni kertas kalkir atau kertas roti.
 - 4) Memindahan gambar dari atas kertas ke kain, dengan cara meletakkan kain diatas kertas atau master desain kemudian menggambar ulang pada kain dengan mengikuti gambar yang ada pada kertas.
 - 5) Menerakan malam/lilin pada kain batik, dengan cara memanaskan malam diatas kompor kemudian menggoreskan malam

menggunakan canting tulis dengan mengikuti gambar yang ada pada kain tersebut.

- 6) Memberi warna pada kain batik, dan memilih warna sesuai dengan keinginan dan kebutuhan motif. Pewarnaan dengan cara dicolet atau dicelup, pewarnaan pada motif batik dilakukan satu persatu kemudian memberi warna pada *background*.
- 7) *Fixasi* atau mengunci warna dilakukan dengan cara mencelupkan kain kedalam larutan *water glass* yang bertujuan agar warna pada kain batik tidak mudah luntur.
- 8) *Finishing* atau melepaskan malam/lilin yang menempel pada kain dengan cara merebus kain dengan air mendidih, setelah malam bersih kemudian kain batik dijemur.

5. Profil Bank Indonesia

Kantor Bank Indonesia (KBI) berkedudukan di wilayah Republik Indonesia, salah satunya di Jl. Merdeka Utara Np.7 Malang. Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Malang di pimpin oleh Bapak Samsun Hadi.

Tugas Pokok Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

- a. Mengarahkan dan menetapkan pengembangan, kebijakan dan peraturan yang mendukung peningkatan akses keuangan dan pengembangan UMKM.

- b. Merumuskan strategi dan mengimplementasikan program peningkatan akses keuangan dan pengembangan UMKM berkoordinasi dengan KPwDN.
- c. Membangun kerjasama dan koordinasi dengan pihak internal dan eksternal, termasuk pemerintah, dalam peningkatan akses keuangan dan pengembangan UMKM termasuk pemberian informasi terkait UMKM.
- d. Mengarahkan analisis/asesmen dan evaluasi perkembangan kredit UMKM perbankan dalam rangka peningkatan akses keuangan UMKM.
- e. Mengarahkan pelaksanaan monitoring program oleh KPwDN dan pemberian dukungan kepada pihak eksternal terkait penerapan program pengembangan UMKM Bank Indonesia.
- f. Mengarahkan analisis, pengembangan dan penyediaan sistem informasi UMKM, serta pengelolaan informasi UMKM.

B. Penyajian dan Analisis Data

Memuat tentang uraian data dan temuan yang diperoleh dengan menggunakan metode dan prosedur yang diuraikan seperti pada bab III. Uraian ini terdiri atas deskripsi data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Hasil analisis data merupakan temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk pola, tema, kecenderungan, dan motif yang muncul dari data. Di samping itu, temuan dapat berupa penyajian kategori, sistem klasifikasi, dan tipologi.

1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Batik Tulis Prabulinggih dalam Meningkatkan Omset Penjualan

Salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan suatu produk dapat dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). bauran pemasaran merupakan kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan pemasaran agar dicapai kombinasi maksimal dengan tujuan dapat memuaskan konsumen. Adapun unsur/elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran dikenal dengan 4 P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), kegunaan lokasi dan saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Seperti yang disampaikan oleh bapak Satimin selaku pemilik dan pemimpin perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Strategi yang dilakukan batik tulis Prabulinggih yakni dengan menjaga kualitas dan mutu produk, menetapkan harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan produk.”⁷⁵

Berdasarkan wawancara di atas, pada usaha batik tulis Prabulinggih menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Komponen-komponen yang terdapat pada bauran pemasaran sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan atau ide. Penentuan jenis produk yang dipasarkan akan dapat menentukan

⁷⁵ Bapak Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

kegiatan promosi, penentuan harga, dan pendistribusian produk tersebut. Tujuan utama strategi produk yaitu agar dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik dan pimpinan perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Kita selalu berinovasi dalam membuat motif batik dengan menggabungkan motif kuno dan motif *modern* sehingga menghasilkan motif *limited edition*. Setiap motif pada kain batik yang dibuat memiliki makna tersendiri yang menjadi salah satu alasan konsumen memilih menggunakan kain batik Prabulinggih. Pada kain batik tulis Prabulinggih juga memiliki warna yang pekat dan tidak mudah luntur, dan kami memberi garansi pada warna kain batik, jika warna luntur maka uang kembali.”⁷⁶

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku koordinasi bagian produksi, beliau mengatakan:

“Motif produk batik tulis Prabulinggih ini cuma digunakan satu kali saja, artinya kalau motif batik tersebut sudah pernah digunakan maka kita akan buat motif baru lagi, dan kadang-kadang motif lama digunakan lagi tapi dipadukan dengan motif lain sehingga akan menghasilkan motif baru.”⁷⁷

Kemudian Amir Mahmud melanjutkan:

“Batik Tulis Prabulinggih ini memiliki ciri khas pada produknya yakni selain menjual hasil produksi kita juga menawarkan desain motif kepada konsumen, mau desain yang bagaimana? Mungkin karna itu konsumen lebih memilih batik tulis Prabulinggih.”⁷⁸

Hasil wawancara dengan Lukman karyawan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

⁷⁶ Bapak Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

⁷⁷ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

⁷⁸ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

“Motif kain batik yang sering dipesan oleh konsumen yakni motif ikon probolinggo seperti gunung bromo, air terjun madakaripura, mangga, anggur, dan lain sebagainya. Motif lain yang digunakan pada kain batik tulis Prabulinggih yakni tokoh wayang dan cerita rakyat. Bedanya produk batik Prabulinggih dengan batik lain terdapat pada kerapian pada setiap goresan motif dan isen (motif dalam) lebih padat.”⁷⁹

Hasil wawancara dengan ibu Angel selaku konsumen batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Saya terpesona melihat goresan tangan pengrajin batik tulis Prabulinggih. Saat saya melihat kain batik dengan motif Cindelaras, saya tertarik ingin memiliki karya tersebut, sangat rapih dan teliti dengan menggunakan canting ukuran nol, kain batik terlihat sangat cantik nan apik. Menurut saya, harga sesuai dengan kualitas hasil karyanya.”⁸⁰

Hasil wawancara dengan ibu Raswati selaku konsumen batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Semua pelanggan butik saya suka warna dan motifnya, lain daripada pembatik lainnya. Motif batiknya gak pasaran, warnanya gak mudah luntur dan goresan batiknya rapih. Harga terjangkau, sangat sesuai dengan keindahan batik yang diterima.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, strategi produk yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih terletak pada motif kain batik yakni menggunakan motif kuno yang digabungkan dengan motif *modern* sehingga menghasilkan motif *limited edition*, dan motif batik Prabulinggih mengangkat ikon probolinggo, tokoh wayang, cerita rakyat, dan lain sebagainya. Pembuatan motif sangat rapih dan isen (motif dalam) lebih padat. Warna pada kain batik Prabulinggih pekat

⁷⁹ Lukman, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 08 April 2022.

⁸⁰ Angel, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 13 April 2022.

⁸¹ Raswati, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 13 April 2022.

dan tidak mudah luntur, serta memiliki garansi. Menawarkan motif sesuai dengan keinginan konsumen. Berusaha menjaga dan meningkatkan mutu dari batik tersebut agar konsumen senang dan kembali membeli lagi.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan nilai barang atau jasa yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa termasuk dengan pelayanannya yang diukur dengan jumlah uang. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus mempertimbangkan berbagai pihak antara lain pekerja/karyawan, konsumen akhir, distributor, penyedia dana, pesaing, dan pemerintah.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik dan pimpinan perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Harga kain batik disini sesuai dengan kerumitan pembuatan motif batik dan makna yang terkandung, kain yang digunakan juga mempengaruhi harga. Kain yang digunakan yakni kain katun, katun premium, dan sutra sesuai dengan permintaan konsumen”.⁸²

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku koordinasi bidang produksi, beliau mengatakan:

“Harga kain batik mulai dari Rp200.000 sampai dengan Rp10.000.000. Perbedaan harga tersebut dipengaruhi oleh kerumitan pembuatan motif atau kualitas goresan, kain yang digunakan, konsep pembuatan (mengulang pewarnaan), dan pewarna yang digunakan”.⁸³

⁸² Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

⁸³ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

Hasil wawancara dengan ibu Dewi Sarpani selaku koordinasi bidang keuangan, beliau mengatakan:

“Penetapan harga jual kain batik dipengaruhi oleh faktor produksi seperti biaya promosi, gaji karyawan, bahan baku, administrasi, dan ongkos kirim jika dikirim menggunakan ekspedisi. Jadi harga jual ditetapkan berdasarkan harga pokok ditambah dengan biaya-biaya faktor produksi. Kalau pembelian dalam jumlah banyak dapat potongan harga seperti pembuatan seragam, grosir, dan *reseller*”.⁸⁴

Hasil wawancara dengan Wika selaku konsumen batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Harga terjangkau dan kualitas juga bagus, mulai harga Rp200.000 sudah dapat kain batik yang bagus dengan detail motif rapih dan tidak pasaran, dan juga warna tidak pudar”.⁸⁵

Hasil wawancara dengan Fitri selaku konsumen batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Saya suka dengan produk batik Prabulinggih selain karena keindahan visualnya juga memiliki makna tersirat didalamnya. Menurut saya, dengan harga segitu sudah sesuai dengan kualitas batik yang didapatkan dan juga diberi garansi warna”.⁸⁶

Hasil wawancara dengan Erna selaku konsumen batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Saya sangat suka motif batik Prabulinggih, motif-motifnya selalu baru dan tidak pasaran. Goresannya sangat rapih dan teliti, garis yang dihasilkan dari canting ukuran nol sangat detail, setiap motif pada kain batik memiliki makna tersendiri yang membuat kain batik tersebut terlihat sangat cantik nan apik. Menurut saya, harga sesuai dengan kualitas hasil karyanya. Selain diberi garansi warna, kain yang digunakan juga sangat bagus yakni kain sutra”.⁸⁷

⁸⁴ Dewi Sarpani, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 15 April 2022.

⁸⁵ Wika, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 15 April 2022.

⁸⁶ Fitri, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 15 April 2022.

⁸⁷ Erna, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 17 April 2022.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dalam menetapkan harga jual, batik tulis Prabulinggih menjumlahkan harga pokok dengan biaya faktor produksi seperti biaya promosi, biaya gaji karyawan, biaya administrasi, dan lain sebagainya. Harga kain batik tulis Prabulinggih mulai dari Rp200.000 sampai dengan Rp10.000.000, yang menjadi pembeda pada setiap harga kain batik yaitu kerumitan pembuatan motif dan makna yang terkandung, bahan yang digunakan, dan konsep pembuatan. Dalam melakukan penjualan, batik tulis Prabulinggih memberikan diskon atau potongan harga jika membeli dengan jumlah besar, seperti pesanan untuk seragam, grosir, dan *reseller*.

c. Penyaluran Distribusi (*place*)

Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha/produsen untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirim, dan menyampaikan produk yang dipasarkan kepada konsumen.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik dan pimpinan perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Strategi pemasaran lewat *online* dan *offline*, kalau *online* biasanya kita memasarkan lewat *social media* seperti *instagram* dan *facebook*. Sedangkan kalau *offline* kita pajang produk batik di galeri, selain itu kita juga ada *reseller*”.⁸⁸

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku koordinasi bidang produksi, beliau mengatakan:

⁸⁸ Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

“Kalau pasarnya sendiri kita sudah sampai ke luar Jawa yakni Sulawesi karena disana kita punya *reseller*, dan saya ada rencana untuk memasarkan ke Brunei tapi masih survei motif-motif yang disukai orang sana. Sebenarnya batik Prabulinggih ini dulunya hanya dari mulut ke mulut, tapi setelah menjadi mitra binaan Bank Indonesia batik Prabulinggih dikenal banyak orang karena sering mengikuti pameran dan *fashion show*”.⁸⁹

Dari hasil wawancara di atas, strategi penyaluran distribusi yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih melalui dua cara yaitu *online* dan *offline*. Pemasaran secara *online* melalui *social media*, seperti *instagram* dan *facebook*. Sedangkan pemasaran secara *offline* yakni memajang produk kain batik tulis di Galeri batik tulis Prabulinggih. Selain itu penyaluran distribusi juga melalui *reseller*.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan sebuah upaya untuk menginformasikan, menyebarluaskan, mempengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan dari suatu produk tertentu. Batik tulis Prabulinggih dalam mempromosikan produknya menggunakan kegiatan *Promotion mix* yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan publisitas.

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah salah satu alat yang umum digunakan oleh produsen/pengusaha untuk mengarahkan komunikasi persuasif kepada konsumen.

⁸⁹ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik dan pimpinan perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Kalau periklanan biasanya kita ikut pameran dan *fashion show* yang informasinya dari Bank Indonesia, yang ngadakan ya dari Dinas-dinas atau dari Bank Indonesia sendiri”.⁹⁰

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku koordinasi bidang produksi, beliau mengatakan:

“Periklanan biasanya melalui pameran-pameran dan *fashion show*. Kami diberi informasi oleh Bank Indonesia mengenai pameran dan *fashion show*, biasanya yang mengadakan itu ya dinas-dinas terkait seperti DISKOPERINDAG atau kadang yang ngadakan ya Bank Indonesia. Produk batik kami pernah ikut *fashion show* di London, pihak Bank Indonesia meminta beberapa potong kain batik Prabulinggih untuk dikirim dan diikuti *fashion show* di London”.⁹¹

Kemudian Amir Mahmud melanjutkan:

“Kami juga sering ikut pameran didaerah Probolinggo atau diluar daerah Probolinggo seperti Surabaya, Malang, Jakarta, dan semua itu difasilitasi oleh Bank Indonesia mulai dari biaya transport, tempat penginapan, dan stan pameran, terakhir kali ikut pameran kita pas PPKM kemarin di Surabaya yang diselenggarakan oleh Kapolda Jatim”.

Berdasarkan wawancara di atas, unsur periklanan yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih melalui pameran dan *fashion show* yang informasinya diperoleh dari pihak Bank Indonesia. Kegiatan pameran dan *fashion show* tersebut biasanya diadakan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian, maupun yang diadakan oleh Bank Indonesia. Batik tulis Prabulinggih juga aktif mengikuti *fashion show* yang diadakan di

⁹⁰ Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

⁹¹ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

daerah Probolinggo, luar kota seperti Surabaya, Malang, dan Jakarta bahkan luar negeri yakni di London. Dalam kegiatan pameran dan *fashion show* tersebut batik tulis Prabulinggih diberi fasilitas biaya transportasi, tempat penginapan selama pameran berlangsung, dan stand pameran yang sudah disediakan.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi *penjualan* merupakan kegiatan promosi untuk menggugah atau menumbuhkan keinginan kepada konsumen, yakni menyelenggarakan berbagai pertemuan, pertunjukan, sampel gratis, pertumbuhan, dan kemasan khusus.

Hasil *wawancara* dengan bapak Satimin selaku pemilik dan pimpinan perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Promosi penjualan yang dilakukan yakni dengan memberi sampel gratis untuk para calon *reseller*, tujuannya untuk mengetahui minat konsumen dan jika penjualan awal tidak laku *reseller* tidak mengalami kerugian”.⁹²

Kemudian Mas *Amir* menambahkan:

“Saat ini kita masih berusaha untuk menembus pasar di Brunei, kebetulan teman saya ada disana, saya mencari tahu motif apa yang banyak disukai oleh orang Brunei”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, unsur promosi penjualan (*Sales Promotion*) yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih yaitu dengan memberikan sampel gratis kepada calon *reseller* tujuannya untuk mengetahui ketertarikan konsumen terhadap kain

⁹² Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

batik. Serta untuk mengurangi kerugian terhadap *reseller* pada penjualan pertama.

3) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon konsumen yang bertujuan penciptaan penjualan.

Hasil wawancara dengan ibu Dewi Sarpani selaku koordinasi bagian *keuangan*, beliau mengatakan:

“Kalau ada yang datang ke galeri beli kain batik ya kita layani, kalau yang dipajang di galeri tidak ada yang cocok kita tawarin untuk motif yang bisa dibuat sesuai *request*, selain bisa request motif kita juga memberi garansi warna”.⁹³

Kemudian mas Amir menambahkan:

“Garansi warna maksudnya untuk kain harga Rp1.000.000 keatas kami beri garansi, saya berani jamin warna kain batik tidak akan luntur, walaupun seandainya luntur uangnya saya kembalikan 100%”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, unsur penjualan perseorangan (*personal selling*) yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih yaitu melayani konsumen yang datang ke galeri, menawarkan desain produk, dan memberi garansi.

4) Publisitas

Publisitas merupakan cara yang dilakukan oleh pengusaha untuk *membentuk* pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar konsumen menjadi tahu dan menyukai produk yang dipasarkan.

⁹³ Dewi Sarpani, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 15 April 2022.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik dan pimpinan perusahaan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Publikasinya biasanya di *social media* seperti *instagram* dan *facebook*, hasil produk batiknya di upload di *social media* dengan begitu konsumen akan tertarik melihat dan datang ke galeri”.⁹⁴

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku koordinasi bidang produksi, beliau mengatakan:

“Kami publikasikan di *social media* seperti *instagram* dan *facebook*, di *youtube* batik Prabulinggih juga ada. Biasanya kami *upload* produk batik dari kejauhan, soalnya motif batik kami pernah diplagiasi sama batik lain jadi kami juga jarang meng-*upload* produk batik dari dekat karena akan kelihatan detail motifnya”.⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, unsur publisitas yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih yaitu dengan menggunakan *social media* seperti *instagram*, *facebook*, dan *youtube*.

2. Perkembangan Batik Tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia

Batik Tulis Prabulinggih menjadi mitra binaan pada tahun 2014 melalui tawaran langsung oleh Bank Indonesia yang informasinya diperoleh berdasarkan data profil UMKM dari DISKOPERINDAG dan Dinas Koperasi. Perkembangan usaha Batik Tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia dapat dilihat dari beberapa hal antara lain:

⁹⁴ Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

⁹⁵ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik usaha batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Sebelum dibina oleh Bank Indonesia, dari segi pameran masih lokal, ikut pameran di Probolinggo, luar kota Surabaya. Setelah dibina Bank Indonesia kita sampai ikut pameran di Jakarta, Malang, acara-acara besar bahkan pernah ikut fashion show keluar negeri di London Inggris. Sebelum dibina Bank Indonesia hanya mengikuti pameran disekitar sini tok.”⁹⁶

Berdasarkan wawancara di atas, Bank Indonesia memberi informasi diadakannya pameran, sebelum menjadi mitra binaan Bank Indonesia Batik Tulis Prabulinggih hanya mengikuti pameran yang diadakan di Probolinggo dan Surabaya. Sedangkan setelah menjadi mitra binaan Bank Indonesia, Batik Tulis Prabulinggih dapat mengikuti pameran diberbagai daerah dan acara besar seperti di Jakarta, Malang, bahkan mancanegara.

Kemudian bapak Satimin melanjutkan:

“Semua kegiatan pameran difasilitasi Bank Indonesia, contoh seperti transport, stan pameran, semua disediakan oleh Bank Indonesia. Sistem Bank Indonesia ketika mau ada pameran barang dikirim dulu separuh, nah nanti sama Bank Indonesia dikirim ke Jakarta atau tempat pameran, separuhnya lagi kita yang bawa kesana. Dengan mengikuti pameran kita dapat menambah relasi.”

Berdasarkan wawancara di atas, Bank Indonesia memfasilitasi semua kegiatan pameran mulai dari transportasi, stan pameran, hingga tempat tinggal selama pameran berlangsung. Pada saat memberikan informasi diadakannya pameran, Bank Indonesia meminta sebagian dari kain batik yang akan dipamerkan dan mengirim kain batik tersebut

⁹⁶ Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

ketempat pameran, kemudian sebagian kain batik yang lain dibawa oleh bapak Satimin dan tim ketempat pameran. Manfaat yang diperoleh bapak Satimin dan tim setelah mengikuti pameran adalah bertambah pengetahuan dan relasi bisnis.

Hasil wawancara dengan ibu Dewi Sarpani selaku koordinasi bidang keuangan, beliau mengatakan:

“Dengan mengikuti pameran produk batik kita dikenal banyak orang dari berbagai kalangan, dalam sebulan yang awalnya hanya bisa menjual 50 potong kain batik, tapi sekarang sejak menjadi mitra binaan Bank Indonesia dan didukung dari pemerintah kami sudah bisa menjual 300 potong kain batik. Dari sini akhirnya kami bisa meningkatkan omset penjualan batik”.⁹⁷

Berdasarkan wawancara di atas, manfaat yang diperoleh dari mengikuti pameran yaitu produk batik tulis Prabulinggih semakin dikenal oleh banyak orang. Sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan batik tulis Prabulinggih. Dalam satu bulan awalnya batik tulis Prabulinggih hanya dapat menjual 50 potong kain batik, namun saat ini penjualan kain batik tulis Prabulinggih meningkat pesat menjadi 300 potong kain batik.

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku bagian produksi, beliau mengatakan:

“Perkembangan dari segi motif, misal kita punya motif seperti ini kemudian kita ikut pameran kita lihat punya stan batik yang lain, lo kok seperti ini. Misal seng awale dari ranting kita membuat gini terus melihat yang lain kok gitu kok bagus akhirnya kita mulai mengembangkan disitu tapi tanpa kita jadi plagiat.”⁹⁸

⁹⁷ Dewi Sarpani, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 15 April 2022.

⁹⁸ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

Berdasarkan wawancara di atas, manfaat yang diperoleh dari mengikuti pameran yakni teknik pembuatan motif pada kain batik. Menurut Amir yang awalnya hanya dapat membuat motif dengan teknik sederhana, kemudian dengan ikut pameran beliau dapat melihat teknik pembuatan motif lain yang lebih baik dan menerapkan pada pembuatan kain batiknya tanpa memplagiat motif batik lain.

Kemudian Amir Mahmud melanjutkan:

“Dari segi penjualan, ada pelatihan dari shopee. Semua UKM yang dibina Bank Indonesia termasuk prabulinggih itu jadi peserta pelatihan penjualan di shopee terus kita juga ada pelatihan-pelatihan dari segi manajemen.”

Berdasarkan wawancara di atas, Bank Indonesia memberikan pembinaan berupa pelatihan pemasaran. Kegiatan pelatihan pemasaran yang diadakan Bank Indonesia dengan shopee diikuti oleh seluruh UKM binaan Bank Indonesia, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini maka dapat membantu UKM khususnya pengrajin batik dalam memperluas jaringan perdagangan.

Hasil wawancara dengan Amir Mahmud selaku bagian produksi, beliau mengatakan:

“Dengan adanya pelatihan penjualan secara online kita dapat memasarkan produk kita lebih luas, dengan begitu konsumen akan lebih mudah mengetahui dan menyukai produk batik kita. Sehingga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan pembelian kain batik Prabulinggih. Dengan melakukan penjualan online juga dapat meningkatkan omset penjualan”.⁹⁹

⁹⁹ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

Berdasarkan wawancara di atas, tujuan dari penjualan *online* yakni mengenalkan, menawarkan, mempromosikan, dan menjual produk batik tulis Prabulinggih. Dengan adanya penjualan secara *online* memudahkan konsumen dalam melihat dan mempertimbangkan pembelian kain batik tulis Prabulinggih, penjualan secara *online* merupakan kegiatan pemasaran lebih luas sehingga lebih banyak sasaran pasar.

Hasil wawancara dengan Lukman karyawan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Dari segi produksi kami dibantu membuat galeri batik tapi tidak seratus persen, kalau dari bahan baku hampir tidak pernah karena biasanya bantuan yang diberikan berupa uang.”¹⁰⁰

Berdasarkan wawancara di atas, sebelum menjadi mitra binaan Bank Indonesia tempat produksi yang digunakan pada batik tulis Prabulinggih hanya di rumah bapak Satimin dan belum ada tempat untuk memajang hasil produk batiknya. Namun setelah menjadi mitra binaan Bank Indonesia, usaha batik tulis Prabulinggih dapat membuat galeri batik untuk memajang hasil produk batiknya. Bank Indonesia memberikan bantuan pendanaan melalui proses pengajuan proposal kemudian Bank Indonesia memberi uang tunai kepada pemilik usaha batik tulis Prabulinggih yakni bapak Satimin agar dapat digunakan untuk membuat galeri batik dan membeli bahan produksi yang dibutuhkan.

Kemudian Lukman melanjutkan:

¹⁰⁰ Lukman, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 08 April 2022.

“Dari segi kualitas produk, Bank Indonesia pernah memberikan bantuan berupa kain dan pewarna. Biasanya bantuan yang diberikan berupa uang.”

Berdasarkan wawancara di atas, usaha batik tulis Prabulinggih memperoleh bantuan berupa uang tunai untuk membeli bahan produksi seperti kain mori dan pewarna yang dibutuhkan untuk membuat kain batik.

Hasil wawancara dengan Putri selaku karyawan batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Permintaan kain batik meningkat ketika akan ada pameran, misalnya kalau mau pameran itu setengah kain batik yang akan dipamerkan itu dikirim lebih dulu, dan setengahnya lagi biasanya di bawa sama pak Satimin dan mas Amir ke tempat pameran. Biasanya kain batik yang dipamerkan itu 50 potong, jadi 25 potong dikirim dulu kemudian sisanya dibawa sama pak Satimin dan mas Amir. Tapi kadang 50 potong itu masih kurang, karna pas pameran laku keras”.¹⁰¹

Berdasarkan wawancara di atas, permintaan kain batik tulis Prabulinggih meningkat ketika akan mengikuti pameran. Biasanya kain batik yang dipamerkan 50 potong, 25 potong dikirim terlebih dahulu ke tempat pameran dan setengahnya lagi akan dibawa oleh bapak Satimin dan mas Amir.

Kemudian Ani selaku karyawan batik tulis Prabulinggih, menambahkan:

“Belum lagi kalau ada pesanan untuk seragam, permintaan kain batik juga akan meningkat. Biasanya yang pesan untuk seragam itu instansi pemerintah dan karyawan Bank Indonesia Malang”.¹⁰²

¹⁰¹ Putri, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 09 April 2022.

¹⁰² Ani, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 09 April 2022.

Berdasarkan wawancara di atas, permintaan kain batik tulis Prabulinggih meningkat ketika pembeli memesan kain batik dalam jumlah banyak yakni untuk seragam. Pelanggan atau konsumen batik tulis Prabulinggih yang memesan dalam jumlah banyak untuk dijadikan seragam biasanya dari instansi pemerintah dan karyawan Bank Indonesia Malang.

3. Peran Bank Indonesia dalam Meningkatkan Omset Penjualan Batik Tulis Prabulinggih

Pemberdayaan UMKM yang diberikan oleh Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang kepada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Probolinggo memberikan dampak bagi peningkatan pendapatan masyarakat sehingga meningkatkan pula kesejahteraan masyarakat setempat. Sistem pemberdayaan yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia dibuat dalam beberapa program kerja yang terencana yang bekerjasama dengan masyarakat, maupun badan Pemerintah yang nantinya akan diimplementasikan kepada para pelaku usaha.

Bank Indonesia memiliki peran dalam kelangsungan UMKM khususnya Batik Tulis yang meliputi berbagai bidang, diantaranya:

a. Bidang Pemasaran

Bank Indonesia memberikan informasi berupa diselenggarakannya pameran. Program pameran dimaksud agar produk batik dapat dikenal dan diminati oleh konsumen di dalam

maupun di luar kota. Program ini juga dimaksudkan sebagai penggerak peningkatan daya saing untuk menuju kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Bank Indonesia juga memfasilitasi dari sisi pembiayaan. Pembiayaan tersebut berupa uang saku, penginapan, dan transportasi. Selain dari sisi pembiayaan Bank Indonesia juga memfasilitasi kain mori yang merupakan bahan baku utama dalam pembuatan batik. Bank Indonesia memberikan kain mori dengan kualitas terbaik dalam menghasilkan batik. Dengan kain mori kualitas baik akan menghasilkan kain batik dengan nilai jual yang lebih tinggi.

Hasil wawancara dengan bapak Suwandi selaku manajer Fungsi Pelaksana dan Pengembangan UMKM (FPPU), beliau mengatakan bahwa:

“Bank Indonesia mulai membina batik tulis Prabulinggih pada tahun 2014 dengan tujuan mengangkat produk unggulan daerah sebagai komoditas yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung perekonomian di daerah. Kami memperoleh informasi dari Dinas Perindag bahwa batik Prabulinggih ini merupakan salah satu produk unggulan yang ada di Probolinggo.”¹⁰³

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Bank Indonesia membina batik tulis Prabulinggih sejak tahun 2014. Sebelum melakukan pembinaan kepada UMKM, Bank Indonesia melakukan penelitian terhadap UMKM unggulan daerah yang informasinya diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten

¹⁰³ Suwandi, diwawancarai oleh penulis, Malang, 30 September 2022.

Probolinggo. Tujuan dari pembinaan yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada batik tulis Prabulinggih yakni untuk mengangkat produk unggulan daerah sebagai komoditas yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung perekonomian daerah.

Bapak Suwandi melanjutkan, bahwa:

“Pembinaan yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada batik Prabulinggih melalui pelatihan dan pendampingan, dan juga pemberian informasi. Pelatihan dan pendampingan berupa peningkatan mutu produk batik dari hulu sampai hilir yang meliputi pelatihan desain dan pewarnaan. Serta penguatan kelembagaan kelompok, manajemen usaha, dan manajemen keuangan. Pemberian informasi mengenai adanya pameran.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pembinaan yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada batik tulis Prabulinggih

melalui pelatihan dan pendampingan, serta pemberian informasi.

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh Bank Indonesia berupa pelatihan dalam meningkatkan mutu produk batik tulis

Prabulinggih dari hulu sampai hilir yang meliputi pelatihan desain

dan pewarnaan, serta pelatihan dalam manajemen usaha dan

manajemen keuangan. Bank Indonesia juga memberikan informasi

diadakannya pameran agar produk batik tulis Prabulinggih lebih

dikenal oleh banyak orang dan berbagai kalangan. Sehingga dengan

mengikuti pameran tersebut batik tulis Prabulinggih dapat

memperluas sasaran pasar dan omset penjualan batik tulis

Prabulinggih meningkat.

Hasil wawancara dengan dengan Amir Mahmud selaku bagian produksi, beliau mengatakan:

“Dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh bank Indonesia atau instansi pemerintah menjadi sarana pemasaran dan promosi batik bagi masing-masing pengrajin batik. Tidak hanya batik tulis Prabulinggih, tapi juga batik-batik lain yang menjadi mitra binaan Bank Indonesia. Manfaat yang diperoleh dengan adanya pameran yakni dapat meningkatkan omset penjualan, disana kami disediakan *stand* sebagai tempat promosi batik kami yang dapat memudahkan pengunjung untuk memilih sendiri ingin membeli batik yang mana”¹⁰⁴.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pameran merupakan strategi pemasaran dan promosi bagi batik tulis Prabulinggih dan usaha batik lain yang menjadi mitra binaan bank Indonesia. Manfaat yang diperoleh dengan mengikuti pameran yakni batik tulis Prabulinggih lebih dikenal dan disukai oleh banyak orang dari berbagai kalangan, dengan adanya hal tersebut dapat meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih.

Hasil wawancara dengan ibu Dewi Sarpani selaku koordinasi bidang keuangan, beliau mengatakan:

“Dalam mengikuti pameran sebelumnya bank Indonesia menginformasikan kepada kami dan meminta kami untuk mengirim setengah potong dari jumlah kain batik yang akan dipamerkan, kemudian sisanya dibawa sama bapak Satimin dan Amir. Banyaknya kain batik yang akan dipamerkan kadang 50 potong atau kadang lebih, hal ini karena disana batik kami laku keras jadi kain batik yang sudah dibawa kesana cepat habis”¹⁰⁵.

¹⁰⁴ Amir Mahmud, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 07 April 2022.

¹⁰⁵ Dewi Sarpani, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 15 April 2022.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bank Indonesia memberi informasi diadakannya pameran dan meminta pengusaha batik tulis Prabulinggih untuk mengirim setengah dari jumlah kain batik yang akan mengikuti pameran dan sisanya dibawa oleh bapak Satimin dan Amir. Jumlah kain batik yang mengikuti pameran sebanyak 50 potong bahkan lebih karena banyak konsumen yang tertarik dan membeli kain batik tulis Prabulinggih.

Hasil wawancara dengan ibu Ila selaku karyawan batik tulis Prabulinggih, mengatakan:

“Kalau sudah mau ada pameran permintaan kain batik meningkat mbk, biasanya dari pihak bank Indonesia meminta setengah dari banyaknya kain batik yang akan dipamerkan untuk dikirim dulu kesana jadi kami usahakan kalau sudah sampai hari-H mau pameran itu kain batik selesai semua. Belum lagi kalau barengan sama pesenan untuk seragam dan permintaan dari *reseller*, dalam satu bulan itu bisa menghasilkan 100 potong atau lebih”¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, permintaan kain batik meningkat pesat saat akan mengikuti pameran, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan pada batik tulis Prabulinggih. Selain itu, pemesanan kain batik dalam jumlah banyak seperti pesanan untuk seragam atau permintaan *reseller* juga dapat meningkatkan omset penjualan.

b. Bidang Sumber Daya Manusia

Bank Indonesia berupaya membina pengrajin Batik melalui kegiatan yang diselenggarakan berupa pelatihan. Ilmu berupa teknik

¹⁰⁶ Ila, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 11 April 2022.

membatik sangat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas batik. Semakin baik kualitasnya akan semakin diminati oleh masyarakat. Hasil dari pelatihan ini adalah peningkatan keterampilan. Peningkatan keterampilan ini ditujukan pada pengembangan motif yang mampu dihasilkan oleh pengrajin batik. Pembinaan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu bersaing di pasar dan dengan produk sejenisnya yang lebih dahulu beredar di pasaran.

Hasil wawancara dengan bapak Suwandi selaku manajer Fungsi Pelaksana dan Pengembangan UMKM (FPPU), beliau mengatakan bahwa:

“Pembinaan dalam bidang sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan dan pendampingan. Pelatihan-pelatihan pada peningkatan mutu produk batik dari hulu sampai hilir seperti pelatihan desain, pelatihan pewarnaan, manajemen usaha, dan manajemen keuangan, kami juga mendampingi UMKM mitra binaan selama proses pelatihan.”¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dalam meningkatkan kreativitas para pelaku usaha khususnya UMKM mitra binaan, Bank Indonesia memberikan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dalam meningkatkan mutu produk batik dari hulu sampai hilir, seperti pelatihan desain, pelatihan pewarnaan, pelatihan manajemen usaha, dan pelatihan manajemen keuangan.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik usaha batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

¹⁰⁷ Suwandi, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 13 Oktober 2022.

“Peran Bank Indonesia lebih kepada meningkatkan kualitas sumber daya manusia seperti, memberikan pelatihan, memberi beasiswa sekolah desain di Susan Budiharjo, memberikan informasi diadakannya pameran dan memberi fasilitas untuk mengikuti pameran, dan memberi bantuan teknis untuk membeli bahan produksi yang dibutuhkan. Dengan adanya hal tersebut dapat meningkatkan kreativitas para pembatik sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas”.¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peran Bank Indonesia yaitu memberikan pelatihan untuk para pembatik, memberikan beasiswa sekolah desain, memberikan bantuan teknis untuk membeli faktor produksi yang dibutuhkan, memberikan informasi mengenai adanya pameran dan memberi fasilitas untuk mengikuti pameran seperti biaya transportasi dan stan pameran. Hal tersebut bertujuan agar dapat meningkatkan kreativitas para pembatik sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

c. Bidang Bantuan Teknis

Bank Indonesia memberikan bantuan teknis kepada UMKM lebih ditekankan pada peningkatan kemampuan SDM dan perluasan informasi yang relevan dengan pengembangan sektor usaha tersebut. Tujuan dari bantuan teknis adalah untuk membantu peningkatan kemampuan UMKM dalam pengelolaan usaha dan akses kepada sumber-sumber daya produktif. Sedangkan lingkup kegiatan bantuan teknis, berdasarkan bantuan yang diterima terdiri dari pemberian pelatihan, studi/penelitian, dan konsultasi.

¹⁰⁸ Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

Sementara ini Bank Indonesia memberikan bantuan berupa kain mori dan lilin dengan kualitas terbaik. Kain mori dan lilin ini bermanfaat agar kualitas batik yang dihasilkan akan semakin baik. Kain mori dan lilin yang diberikan Bank Indonesia dimaksudkan untuk dapat meningkatkan harga jual kain batik yang dihasilkan. Selain itu, dengan adanya bantuan teknis memberikan rasa semangat dan percaya diri untuk mampu bersaing dengan pengrajin batik lain.

Hasil wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik usaha batik tulis Prabulinggih, beliau mengatakan:

“Bank Indonesia memberikan bantuan teknis berupa kain mori berkualitas dan lilin. Dengan kain mori yang berkualitas kami juga bisa menghasilkan kain batik yang berkualitas dan bernilai tinggi. Kami dapat menjual kain batik Prabulinggih dengan harga jual yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan”¹⁰⁹.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Bank Indonesia memberikan bantuan teknis berupa kain mori dan lilin dengan kualitas terbaik. Pengrajin batik tulis Prabulinggih menggunakan kain mori dan lilin tersebut untuk bahan produksi sehingga menghasilkan kain batik yang semakin baik dan bernilai jual tinggi. Hal ini menjadi nilai tambah bagi kain batik tulis Prabulinggih, banyak disukai dan diminati oleh konsumen sehingga omset penjualan kain batik meningkat.

¹⁰⁹ Satimin, diwawancarai oleh penulis, Bulujaran, 05 April 2022.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian skripsi ini melalui teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta analisis data yang dilakukan berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan, maka kemudian dikemukakan berbagai temuan di lapangan yang akan disusun dengan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian.

1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Batik Tulis Prabulinggih dalam Meningkatkan Omset Penjualan

Pemasaran atau sering disebut dengan istilah *marketing* adalah suatu proses yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.¹¹⁰

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* merupakan kombinasi variable atau kegiatan yang menjadi inti dari system pemasraan, dan variable yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi konsumen. Sehingga dalam penelitian ini

¹¹⁰ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 1.

unsur-unsur yang digunakan yaitu *marketing mix* 4 P seperti yang dikemukakan oleh Sofyan Assauri yakni meliputi produk (*product*), harga (*price*), penyaluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).¹¹¹

a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk tidak hanya berbentuk barang yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, produk juga berbentuk sesuatu yang tidak berwujud seperti jasa.¹¹²

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa batik tulis Prabulinggih dalam memenuhi kepuasan kebutuhan konsumen menciptakan produk batik yang berkualitas, yakni terletak pada motif kain batik yang tidak pasaran dan *limited edition*. Artinya jika motif tertentu sudah digunakan maka akan memproduksi kain batik dengan motif yang baru, adapun pengulangan motif maka akan ditambahkan dengan motif lain sehingga menghasilkan motif baru. Selain motif batik yang *limited edition*, batik tulis Prabulinggih juga memberikan garansi pada warna kain batik. Setiap pembelian kain batik yang harganya mencapai satu juta diberi garansi warna, jika warna pada kain batik memudar maka uang akan dikembalikan seratus persen.

Sedangkan dalam memenuhi kepuasan keinginan konsumen, maka batik tulis Prabulinggih menawarkan motif kain batik yang

¹¹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 198-199.

¹¹² Sisca, *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 74.

disukai oleh konsumen. Artinya konsumen dapat memesan kain batik dengan motif atau desain yang diinginkan oleh konsumen. Jadi pada batik tulis Prabulinggih tidak hanya menjual kain batik dengan motif yang sudah diproduksi saja, akan tetapi konsumen dapat memesan kain batik dengan motif sesuai dengan keinginannya.

Motif yang sering dipesan oleh konsumen yakni motif yang menggambarkan ikon Probolinggo seperti gunung bromo, air terjun madakaripura, mangga, anggur, dan lain sebagainya. Alasan kosumen lebih banyak memesan kain batik dengan motif ikon Probolinggo karena sebagian besar konsumen batik tulis Prabulinggih berasal dari daerah Probolinggo dan kain batik dengan motif ikon Probolinggo tersebut biasanya digunakan untuk seragam pada instansi pemerintah maupun tenaga pendidik.

b. Harga (Price)

Harga merupakan nilai barang atau jasa yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa termasuk dengan pelayanannya yang diukur dengan jumlah uang.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa faktor produksi yang mempengaruhi harga yaitu biaya promosi, gaji karyawan, bahan baku, biaya administrasi, dan biaya kirim jika menggunakan jasa ekspedisi. Harga yang ditetapkan juga dipengaruhi oleh kualitas goresan, kerumitan pembuatan motif dan makna yang terkandung pada kain batik, harga setiap potong kain batik mulai dari

Rp200.000 sampai dengan Rp1.000.000 dengan ukuran kain 240 cm x 115 cm. Perbedaan harga tersebut dipengaruhi oleh kerumitan pembuatan motif yang dipesan, bahan yang digunakan kain katun atau kain sutera dan pewarna yang digunakan pewarna sintetis atau pewarna alam, serta konsep pembuatan terdapat pengulangan pewarnaan atau tidak.

Metode yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih dalam menetapkan harga yakni, harga jual = HPP (harga pokok produksi) + 30%, artinya harga jual kain batik merupakan hasil dari harga pokok produksi ditambahkan dengan persentase dari total biaya seperti biaya promosi, gaji karyawan, bahan baku, biaya administrasi, dan biaya kirim jika menggunakan jasa ekspedisi, dan lain sebagainya.

c. Penyaluran Distribusi (*Place*)

Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha atau produsen untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirim, dan menyampaikan produk yang dipasarkan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa pada awal penyaluran distribusi kain batik tulis Prabulinggih hanya dari mulut ke mulut, akan tetapi setelah menjadi mitra binaan Bank Indonesia usaha batik tulis Prabulinggih lebih banyak dikenal oleh orang dari berbagai kalangan. Batik tulis Prabulinggih aktif mengikuti berbagai pameran dan *fashion show* yang diadakan di daerah Probolinggo maupun diluar daerah Probolinggo, dengan mengikuti berbagai pameran dan *fashion*

show usaha batik tulis Prabulinggih dapat menciptakan relasi dengan para calon konsumen.

Sedangkan saat ini batik tulis Prabulinggih dalam menyalurkan produk batik melalui dua cara yaitu dengan cara *online* dan *offline store*. Pada *online store* batik tulis Prabulinggih memasarkan produk batik tulis di media sosial seperti *instagram* dan *facebook*, sedangkan *offline store* yaitu berupa galeri batik yang terletak di rumah produksi. Selain itu, batik tulis Prabulinggih memiliki reseller yang berada di Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan sebuah upaya untuk menginformasikan, menyebarluaskan, memengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan dari suatu produk tertentu. Agar konsumen mengetahui dan tertarik membeli produk dari suatu perusahaan maka perlu adanya promosi. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menarik dan mempengaruhi konsumen untuk menciptakan permintaan atas suatu produk.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa batik tulis Prabulinggih menggunakan strategi promosi atau bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari unsur periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan publisitas.

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan bentuk menyampaikan dan mempromosikan secara non pribadi mengenai ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Menurut Nickles, pihak yang dapat menjadi sponsor yaitu lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan lain sebagainya. Komunikasi yang digunakan oleh sponsor bersifat massal karena disampaikan melalui media massa seperti televisi, radio, koran, majalah, papan nama, spanduk, dan lain sebagainya.¹¹³

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa batik tulis Prabulinggih dalam melakukan periklanan melalui pameran dan *fashion show* yang informasinya diperoleh dari pihak Bank Indonesia. Kegiatan pameran dan *fashion show* tersebut biasanya diadakan oleh instansi Pemerintah atau Perbankan seperti Bank Indonesia maupun Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian.

Batik tulis Prabulinggih telah mengikuti berbagai pameran dan *fashion show* yang diadakan di daerah Probolinggo maupun diluar daerah Probolinggo seperti di Surabaya, Malang, Jakarta bahkan luar negeri yakni di London, Inggris. Dalam kegiatan pameran dan *fashion show* tersebut batik tulis Prabulinggih diberi fasilitas berupa biaya transportasi, tempat penginapan selama

¹¹³ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 350

pameran berlangsung, dan stand pameran yang sudah disediakan. Beberapa bulan lalu pada saat pandemi, batik tulis Prabulinggih mengikuti pameran di Surabaya yang diselenggarakan oleh Kapolda Jatim.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi untuk menggugah/menumbuhkan keinginan kepada konsumen, yakni menyelenggarakan berbagai pertemuan, pertunjukan, sampel produk gratis, pertumbuhan, dan kemasan khusus.¹¹⁴

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa promosi penjualan yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih yaitu dengan memberikan sampel gratis kepada calon *reseller* tujuannya untuk mengetahui ketertarikan konsumen terhadap kain batik.

Serta untuk mengurangi kerugian terhadap *reseller* jika penjualan kain batik tidak laku.

Pengrajin batik tulis Prabulinggih berupaya untuk mencari tahu motif dan warna yang disukai oleh target konsumen, serta menciptakan relasi dengan berbagai pihak atau yang disebut dengan *reseller*. Kemudian memberi sampel kain batik secara gratis untuk dipromosikan oleh *reseller*, dengan memberikan sampel kain batik secara gratis memiliki tujuan agar jika pada penjualan kain batik tidak laku *reseller* tidak mengalami kerugian.

¹¹⁴ Sufyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 282.

3) Penjualan perseorangan (*personal selling*)

Penjualan perseorangan merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon konsumen yang bertujuan penciptaan penjualan.¹¹⁵

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa penjualan perseorangan yang dilakukan oleh pengrajin batik tulis Prabulinggih yaitu memberi pelayanan kepada konsumen yang datang ke galeri. Selain menawarkan kain batik yang sudah tersedia di galeri, pengrajin batik tulis Prabulinggih juga menawarkan desain produk yang diinginkan oleh konsumen, konsumen diberi kebebasan dalam memesan motif yang diinginkan, serta memberi garansi warna pada kain batik. Kain batik dengan harga Rp1.000.000 atau lebih diberi garansi warna, jika warna pada kain batik memudar atau luntur maka konsumen dapat menukar dengan kain batik lain atau konsumen mendapatkan uangnya kembali.

4) Publisitas

Publisitas merupakan cara yang dilakukan oleh produsen atau pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar konsumen menjadi tahu dan menyukai produk yang dipasarkan.¹¹⁶

¹¹⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, 151

¹¹⁶ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, 121.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa publisitas yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih yaitu dengan menggunakan *social media* seperti *instagram*, *facebook*, dan *youtube*. Dalam menjaga hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar batik tulis Prabulinggih memiliki kebijakan sosial dalam bentuk material ataupun non material, seperti menjadikan masyarakat sekitar perusahaan sebagai karyawan batik tulis Prabulinggih dan memberi bonus terhadap pelanggan. Hal ini jika dikaitkan dengan teori publisitas sama dengan yang ditulis oleh Basu Swastha dan Irawan dalam buku yang berjudul *Manajemen Pemasaran Modern* yaitu publisitas merupakan bagian dari fungsi yang lebih luas, disebut hubungan masyarakat, dan meliputi usaha-usaha untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi dengan masyarakat, termasuk pemilik perusahaan, karyawan, lembaga pemerintah, penyalur, serikat buruh, dan calon pembeli.

2. Perkembangan usaha Batik Tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia

Menurut Chaniago, omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan hasil penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Swastha, omset penjualan merupakan akumulasi kegiatan penjualan barang atau jasa yang dihitung secara keseluruhan pada kurun waktu tertentu dengan terus menerus atau dalam

satu proses akuntansi. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.¹¹⁷

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa dari awal perkembangan usaha batik tulis Prabulinggih hingga saat ini yaitu perubahan yang terjadi dalam penjualan kain batik tulis Prabulinggih sangat signifikan. Pada tahun 2010-2013 hanya dapat menjual 50 potong kain batik dan omset penjualan Rp5.000.000 sampai dengan Rp6.000.000 per bulan, sedangkan semenjak menjadi mitra binaan Bank Indonesia penjualan batik tulis Prabulinggih meningkat hingga saat ini rata-rata menjual 300 potong kain batik bahkan lebih setiap bulannya, dengan omset penjualan mencapai Rp50.000.000 per bulan. Setiap harinya batik tulis Prabulinggih memproduksi 200-300 potong kain batik dalam jangka waktu satu bulan. Dengan demikian dapat lihat bahwa perubahan dan perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan setelah menjadi mitra binaan Bank Indonesia cukup signifikan.

3. Peran Bank Indonesia dalam Meningkatkan Omset Penjualan Batik Tulis Prabulinggih

Bank Indonesia memiliki peran dalam kelangsungan UMKM khususnya Batik Tulis yang meliputi berbagai bidang, diantaranya:

¹¹⁷ Rusma Rizal, *Analisis Bauran Pemasaran terhadap Omset Penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*, Jurnal Adminika, (Desember 2017), 85.

a. Bidang Pemasaran

Bank Indonesia memberikan informasi berupa diselenggarakannya pameran. Program pameran dimaksud agar produk batik dapat dikenal dan diminati oleh konsumen di dalam maupun di luar kota. Program ini juga dimaksudkan sebagai penggerak peningkatan daya saing untuk menuju kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Bank Indonesia juga memfasilitasi dari sisi pembiayaan. Pembiayaan tersebut berupa uang saku, penginapan, dan transportasi. Selain dari sisi pembiayaan Bank Indonesia juga memfasilitasi kain mori yang merupakan bahan baku utama dalam pembuatan batik. Bank Indonesia memberikan kain mori dengan kualitas terbaik dalam menghasilkan batik. Dengan kain mori kualitas baik akan menghasilkan kain batik dengan nilai jual yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa Bank Indonesia membina batik tulis Prabulinggih sejak tahun 2014. Sebelum melakukan pembinaan kepada UMKM, Bank Indonesia melakukan penelitian terhadap UMKM unggulan daerah yang informasinya diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Probolinggo. Tujuan dari pembinaan yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada batik tulis Prabulinggih yakni untuk mengangkat produk unggulan daerah sebagai komoditas yang dapat

meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung perekonomian daerah.

Peran Bank Indonesia dalam bidang pemasaran yaitu memberikan informasi diselenggarakannya pameran. Pameran tersebut diadakan oleh lembaga pemerintah, perbankan, maupun Bank Indonesia yang diikuti UMKM unggulan daerah atau UMKM mitra binaan Bank Indonesia. Kegiatan pameran bertujuan untuk meningkatkan daya saing antar pelaku usaha dan agar produk batik tulis Prabulinggih lebih dikenal oleh banyak orang dengan berbagai kalangan serta dapat memperluas sasaran pasar sehingga omset penjualan batik tulis Prabulinggih meningkat.

b. Bidang Sumber Daya Manusia

Bank Indonesia berupaya membina pengrajin Batik melalui kegiatan yang diselenggarakan berupa pelatihan. Ilmu berupa teknik membatik sangat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas batik. Semakin baik kualitasnya akan semakin diminati oleh masyarakat. Hasil dari pelatihan ini adalah peningkatan keterampilan. Peningkatan keterampilan ini ditujukan pada pengembangan motif yang mampu dihasilkan oleh pengrajin batik. Pembinaan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu bersaing di pasar dan dengan produk sejenisnya yang lebih dahulu beredar di pasaran.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa dalam meningkatkan kreativitas para pelaku usaha khususnya UMKM mitra binaan, Bank Indonesia memberikan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dalam meningkatkan mutu produk batik dari hulu sampai hilir, seperti pelatihan desain, pelatihan pewarnaan, pelatihan manajemen usaha, dan pelatihan manajemen keuangan. Bank Indonesia memberikan pelatihan untuk para pembatik, memberikan beasiswa sekolah desain, memberikan bantuan teknis untuk membeli faktor produksi yang dibutuhkan, memberikan informasi mengenai adanya pameran dan memberi fasilitas untuk mengikuti pameran seperti biaya transportasi dan stan pameran. Hal tersebut bertujuan agar dapat meningkatkan kreativitas para pembatik sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

c. Bidang Bantuan Teknis

Bank Indonesia memberikan bantuan teknis kepada UMKM lebih ditekankan pada peningkatan kemampuan SDM dan perluasan informasi yang relevan dengan pengembangan sektor usaha tersebut. Tujuan dari bantuan teknis adalah untuk membantu peningkatan kemampuan UMKM dalam pengelolaan usaha dan akses kepada sumber-sumber daya produktif. Sedangkan lingkup kegiatan bantuan teknis, berdasarkan bantuan yang diterima terdiri dari pemberian pelatihan, studi/penelitian, dan konsultasi.

Sementara ini Bank Indonesia memberikan bantuan berupa kain mori dan lilin dengan kualitas terbaik. Kain mori dan lilin ini akan bermanfaat agar kualitas batik yang dihasilkan akan semakin baik. Kain mori dan lilin yang diberikan Bank Indonesia dimaksudkan untuk dapat meningkatkan harga jual kain batik yang dihasilkan. Selain itu, dengan adanya bantuan teknis memberikan rasa semangat dan percaya diri untuk mampu bersaing dengan pengrajin batik lain.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa Bank Indonesia memberikan bantuan teknis berupa kain mori dan lilin dengan kualitas terbaik. Pengrajin batik tulis Prabulinggih menggunakan kain mori dan lilin tersebut untuk bahan produksi sehingga menghasilkan kain batik yang semakin baik dan bernilai jual tinggi. Hal ini menjadi nilai tambah bagi kain batik tulis Prabulinggih,

banyak disukai dan diminati oleh konsumen sehingga omset penjualan kain batik meningkat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan menggunakan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), penyaluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Serta menerapkan *promotion mix* sebagai strategi promosi yang terdiri dari unsur periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan publisitas. Hal tersebut diterapkan agar dapat memaksimalkan pemasaran batik tulis Prabulinggih dan agar tujuan perusahaan tercapai.
2. Perkembangan usaha batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan kain batik tulis Prabulinggih mengalami peningkatan. Pada awal berdiri usaha batik tulis Prabulinggih tahun 2010-2013, hanya dapat menjual 50 potong kain batik, dan omset penjualan Rp5.000.000 sampai dengan Rp6.000.000 per bulannya. Sedangkan semenjak menjadi mitra binaan Bank Indonesia penjualan batik tulis Prabulinggih meningkat, hingga saat ini sudah dapat menjual 300 potong kain batik bahkan lebih pada setiap bulan, dengan omset Rp50.000.000 sampai ratusan juta setiap bulannya.

3. Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih pada bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang bantuan teknis. Bidang pemasaran, Bank Indonesia memberikan informasi berupa diselenggarakannya pameran. Program pameran dimaksud agar produk batik tulis Prabulinggih dapat dikenal dan diminati oleh konsumen di dalam maupun di luar kota serta sebagai penggerak peningkatan daya saing untuk menuju kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Bank Indonesia juga memfasilitasi dari sisi pembiayaan. Pembiayaan tersebut berupa uang saku, penginapan, dan transportasi. Bidang sumber daya manusia, Bank Indonesia membina pengrajin batik tulis Prabulinggih melalui kegiatan yang diselenggarakan berupa pelatihan. Ilmu berupa teknik membatik yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas batik. Sehingga pengrajin batik tulis Prabulinggih dapat meningkatkan keterampilan agar motif yang dihasilkan terus berkembang dan berinovasi. Dengan adanya pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu bersaing di pasar dan dengan produk sejenisnya yang lebih dahulu beredar di pasaran. Bidang bantuan teknis, Bank Indonesia memberikan bantuan berupa kain mori dan lilin dengan kualitas terbaik. Kain mori dan lilin ini bermanfaat agar kualitas batik yang dihasilkan akan semakin baik. Kain mori dan lilin yang diberikan Bank Indonesia dimaksudkan agar pengrajin batik tulis Prabulinggih dapat menghasilkan kain batik yang semakin baik dan bernilai jual tinggi. Selain itu, dengan adanya bantuan teknis

memberikan rasa semangat dan percaya diri untuk mampu bersaing dengan pengrajin batik lain.

B. Saran

1. Batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan pemasaran sudah cukup baik dengan menggunakan strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran 4 P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Maka untuk meningkatkan hal tersebut batik tulis Prabulinggih dapat menambahkan unsur lain seperti *people*, *packaging*, *process* dan sebagainya.
2. Penjualan batik tulis Prabulinggih sangat meningkat dan signifikan, oleh karena itu batik tulis Prabulinggih harus tetap mempertahankan hal tersebut dengan menjaga kualitas dan mutu produk agar tetap berkembang dan penjualannya semakin meningkat lagi.
3. Peran Bank Indonesia sangat berdampak terhadap peningkatan penjualan batik tulis Prabulinggih, oleh karena itu pada setiap acara pameran dan *fashion show* diharapkan batik tulis Prabulinggih untuk selalu menampilkan produk terbaik serta selalu mengikuti pelatihan-pelatihan mengenai pemasaran yang diadakan oleh Bank Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Gunawan. 2020. *Skema Penyelamatan UMKM Dunia*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201127095414-4-205068/begini-skema-penyelamatan-umkm-dunia-ri-bagaimana>.
- Agustina Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Akhmad Mujahidin. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Amelia dan Ronald. 2021. *Pradigma Nilai Pelanggan Produk dan Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Anggito, Albi & Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Bachtiar. 2021. *Mendesain Penelitian Hukum*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Catio, Mukhlis dkk. 2021. *Manajemen Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Creswell, John W. 2018. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Iqbal, Mukhammad. 2019. *Peran Perbankan Syariah dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Industri Batik di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan*. Skripsi. Pekalongan: Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
- Irawan, Agustinus Purna. 2017. *Perencanaan & Pengembangan Produk Manufaktur*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Jannah, Nuriyah F. 2019. *Strategi Peningkatan Kualitas Produk Batik*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Karnida, Barad., Setijanti Purwengtyas, Tiara Naomi. 2013. *Direktori SKIM Kredit Perbankan Provinsi Kalimantan Tengah*. Kalteng: Unit Pemberdayaan Sektor Riil dan UMKM.
- Kartikasari, Maulida Dwi. 2019. *Peran Bank Indonesia Terhadap Sustainability Pengrajin Batik*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 3 No. 1.
- Kurniawan, Harry, Machasin, dan Sakdanur Nas. 2020. *Analisis Kinerja UMKM Mitra Binaan PT. Chevron Pacific Indonesia Dengan Motivasi Usaha Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Bahtera Inovasi Vol. 4 No. 1
- Kusmulyono, M. Setiawan. 2020. *Aplikasi Strategi Bisnis Untuk Pemula UMKM dan Mahasiswa*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Kusuma, Titis Sari dkk. 2017. *Pengawasan Mutu Makanan*. Malang: UB Press.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.

- Margono dkk. 2007. *SENI RUPA & SENI TEATER 2*. Bogor: Ghalia Indonesia Printing.
- Maulidiyah, Dina. 2019. *Strategi Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Rembang*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Maward, Dodi. *Batik Menjadi Warisan Dunia*. https://books.google.com/books/about/Kebanggaan_Indonesia_Batik_Menjadi_Warisan.html?hl=id&id=KdhDEAAAQBAJ. diakses pada 17 Oktober 2021.
- Nashihin, Husna. 2017. *Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Pesantren*. Semarang: Formaci.
- Ningrum, Sulistiya. 2020. *Peran Banyuwangi Batik Festival Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Batik Godho Di Kecamatan Giri Kabupaten Banyuwangi*. Skripsi. Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Nur, Dwi Sepriano. 2017. *Peran Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda*. eJournal Administrasi Negara Volume 5, Nomor 2.
- Nurul Huda dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: PT Kharisma Putra Utama.
- Pangau, Noula Trine. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Mitra Binaan SMES Bergabung dalam Program Bantuan Teknis Bank Indonesia*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 5 No. 01.
- Penyusun, Tim. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Permatasari, Dyah. 2019. *Kontribusi Program Kemitraan Corporate Social Responsibility PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Jember Terhadap Keberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Jurnal Pendidikan Luar Sekolah 3 (1).
- Prayogo, Muhaimi Mughni. 2015. *Keterampilan Membatik bagi Penyandang Autis*. Yogyakarta: Tandabaca Press.
- Putra, Andhika Permana dan Ruddy Syafrudin. 2021. *Pendapatan UMKM Kota Banjarmasin Sebelum dan Sesudah Mengimplementasikan E-Commerce (Studi Kasus UMKM Binaan dan Mitra Bank Indonesia KPW Kalimantan Selatan)*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Vol. 4 No. 1.
- Putro, Dita Riyanto, dan Eka Askahfi. 2020. *Pola Pembinaan Bank Indonesia Terhadap UMKM Di Kota Kediri*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 9 Nomor 2.
- Rachman Budiarto dkk. 2015. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Raharjo, Tri Weda. 2018. *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Retina Sri Sedjati. 2015. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Rohmayanti, Siti Alfia Ayu. 2020. *Kajian Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur*. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Rosidi, Anwar dkk. 2017. *Peranan Perbankan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat Kota Salatiga*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol 7, No. 02.
- Rusma Rizal, Romidon Hidayat, dan Ica Handika. 2017. *Analisis Bauran Pemasaran terhadap Omset Penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*. Jurnal Adminika.
- Sa'adah, Shoviatur. 2021. *Perkembangan Kemitraan Pelaku Usaha*. Jombang: Universitas KH. A. WAHAB HASBULLAH.
- Santoso, Dwi H. 2020. *Strategi Marketing Untuk UMKM*. Jakarta Selatan: PT Insan Mandiri Cendekia.
- Saraswati, Erwin. 2019. *Strategi Perencanaan dan Biaya Pemasaran yang Efektif bagi UMKM Mitra Binaan PT. Semen Indonesia*. Journal of Dedicators Community Edisi Khusus Hasil Sembadha.
- Setyorini, Dhyah., Amanita Novi Yushita, Sukirno, dan Endra Murti Sagoro. 2020. *Remodeling CSR Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Binaan Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal MONEX Volume 9 Nomor 2.
- Sisca dkk. 2021. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sunariani, Ni Nyoman dkk. 2017. *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 2 No 1.
- Tengku Firli Musfar. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia,.
- Ujang Sumarwan. 2015. *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Y Sari. 2019. *Pengaruh Faktor-Faktor Produksi Terhadap Pendapatan Usaha Kerajinan Rotan Kelurahan Meranti Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru*. Skripsi. Riau: UIN SUSKARIAU.

Zulfadillah. 2018. *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Bank Sumatera Utara Kantor Pusat Dalam Pemberdayaan UMKM Kota Medan*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara Medan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nur Diana Kholida
NIM : E20182309
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

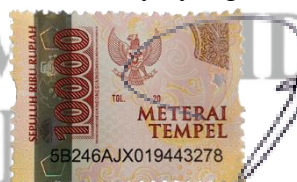
Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa isi skripsi yang berjudul “Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Batik Tulis Prabulinggih Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang” adalah benar-benar hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang diambil dan disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 18 November 2022

Saya yang menyatakan

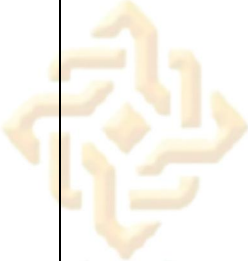
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Nur Diana Kholida
NIM. E20182309

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Batik Tulis Prabulinggih Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang	1. Pemasaran	1. Strategi bauran pemasaran	1. <i>Marketing Mix</i> 4P yang meliputi <i>product, price, place, dan promotion.</i>	Informan: 1) Pemilik usaha batik tulis Prabulinggih 2) Kerabat Karyawan 3) Konsumen 4) Bank Indonesia	1) Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif 2) Lokasi Desa Bulujaran, Kecamatan Tegalsiwalan, Kabupaten Probolinggo	1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh batik tulis Prabulinggih dalam meningkatkan omset penjualan?
	1. Omset penjualan	1. Pengertian	1. Kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut, dalam		3) Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara 4) Analisis data melalui langkah reduksi data, penyajian data, dan	2. Bagaimana perkembangan batik tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia?

			kegiatan penjualan dapat dibayar secara tunai maupun kredit.		menarik kesimpulan 5) Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber	3. Bagaimana peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggih ?
	1. Bank Indonesia	1. Peran Bank Indonesia	1. Peran Bank Indonesia dalam meningkatkan omset penjualan batik tulis Prabulinggi meliputi bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, bidang bantuan teknis.			

PERTANYAAN PENELITIAN

- a. Pemilik Usaha Batik Tulis Prabulinggih
1. Bagaimana sejarah didirikannya Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 2. Apa arti dari Prabulinggih?
 3. Apa visi dan misi dari Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 4. Ada berapa karyawan di Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 5. Apa saja tugas dari setiap karyawan di Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 6. Berapa harga kain batik dan berapa ukuran kain perlembar yang dijual?
 7. Bagaimana ide pembuatan motif batik tulis?
 8. Menurut bapak, apakah penting memberi makna ada setiap motif kain batik tulis?
 9. Menurut bapak, kualitas yang bagus dari kain batik itu seperti apa?
 10. Berapa omset yang diterima bulan?
 11. Sejak kapan dibina oleh Bank Indonesia?
 12. Bagaimana perkembangan Usaha Batik Tulis Prabulinggih sebelum dan sesudah menjadi mitra binaan Bank Indonesia?
 13. Bantuan apa saja yang diterima oleh Usaha Batik Tulis Prabulinggih selama menjadi mitra binaan Bank Indonesia?
 14. Apa manfaat yang diperoleh oleh Usaha Batik Tulis Prabulinggih selama menjadi mitra binaan Bank Indonesia?
- b. Bank Indonesia
1. Sejak kapan Bank Indonesia membina Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 2. Dari mana bapak mengetahui mengenai Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 3. Apa alasan bapak/ibu memilih Usaha Batik Tulis Prabulinggih sebagai binaan dari Bank Indonesia di antara pengusaha batik lain yang ada di kabupaten Probolinggo?
 4. Bagaimana sistem pembinaan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh Bank Indonesia?
 5. Bagaimana peran Bank Indonesia membina Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 6. Apa tujuan Bank Indonesia membina Usaha Batik Tulis Prabulinggih?

7. Apakah ada UMKM lain di kabupaten Probolinggo yang dibina oleh Bank Indonesia?
 8. Kapan waktu yang tepat Bank Indonesia memberikan pembinaan terhadap UMKM?
 9. UMKM yang seperti apa yang dibina oleh bank Indonesia?
 10. Bagaimana Bank Indonesia melihat perkembangan UMKM binaannya?
- c. Karyawan Usaha Batik Tulis Prabulinggih
1. Berapa lama bekerja di Usaha Batik Tulis Prabulinggih?
 2. Alat dan bahan apa yang digunakan untuk proses pembuatan batik tulis?
 3. Pewarna apa yang digunakan pada kain batik tulis?
 4. Kain apa yang digunakan untuk memproduksi kain batik tulis?
 5. Motif apa yang sering dipesan dan disukai oleh pembeli?
 6. Apa saja kendala yang dihadapi selama proses produksi?
- d. Konsumen Batik Tulis Prabulinggih
1. Apakah bapak/ibu sering membeli produk Batik Tulis Prabulinggih?
 2. Apa yang membuat bapak/ibu tertarik membeli produk Batik Tulis Prabulinggih?
 3. Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas kain batik yang diterima? Apa alasannya?
 4. Menurut bapak/ibu, apa perbedaan pada kain batik yang memiliki harga rendah, menengah, dan tinggi?
 5. Menurut bapak/ibu, apa yang membedakan produk batik tulis Prabulinggih dengan produk batik lain?



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 Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B-1674/Un.22/7.a/PP.00.9/02/2022 14 Februari 2022
 Lampiran : -
 Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.

CV. Batik Tulis Prabulinggih

Desa Krajan Bulujaran Lor, Kec. Tegalsiwalan

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

Nama : Nur Diana Kholida
 NIM : E20182309
 Semester : VIII (Delapan)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Peningkatan Mutu Produksi Melalui Kerjasama Dengan Bank Indonesia (Studi Kasus Usaha Batik Tulis Prabulinggih Kabupaten Probolinggo) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



(Handwritten Signature)
DR. Nurul Widvawati Islami Rahayu, M.Si
 NIP. 197509052005012003



CV. PRABULINGGIH

Dsn. Janten Rt 005 Rw 002 Ds. Bulujaran Lor Kec. Tegalsiwalan Kab.
 Probolinggo Jawa Timur
 Telp : 085231395418
 Email : prabulinggih.batik.cv@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 05.012/BT-PBI/VI/2022

Yang bertandatangan di bawah ini Pemilik Batik Tulis Prabulinggih Desa Bulujaran Kecamatan Tegalsiwalan Probolinggo menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Nur Diana Kholida
 NIM : E20182309
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan / Prodi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah

Mahasiswi tersebut telah selesai melakukan kegiatan penelitian untuk tugas akhir (Skripsi) dengan judul "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang (Studi Kasus Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo)".

Demikian surat keterangan ini, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Probolinggo, 08 November 2022
 CV. PRABULINGGIH


 SATIMIN
 Direktur

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	23 Desember 2021	Observasi tempat penelitian	
2.	03 Januari 2022	Menyerahkan surat ijin penelitian	
3.	05 April 2022	Wawancara dengan pemilik usaha batik tulis Prabulinggih	
4.	22 Mei 2022	Wawancara dengan karyawan usaha batik tulis Prabulinggih	
5.	26 Juni 2022	Wawancara dengan konsumen batik tulis Prabulinggih	
6.	30 September 2022	Wawancara dengan Manajer FPPU KPw Bank Indonesia Malang	
7.	13 Oktober 2022	Melengkapi wawancara sebagai data penelitian	
8.	08 November 2022	Mengambil surat selesai penelitian	

K

Probolinggo, 08 November 2022
Pemilik Usaha Batik Tulis Prabulinggih

Satimin





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 Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Nur Diana Kholida
 NIM : E20182309
 Semester : IX

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

Jember, 9 Januari 2022

Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing

Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.Si
NIP. 197608122008011015

Dr. Moh. Haris Balady, S.E, M.M
NUP. 201603142



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 Website: <http://uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-13.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nur Diana Kholida
 NIM : E20182309
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Malang (Studi Kasus Usaha Batik Tulis Prabulinggih Probolinggo)

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%.

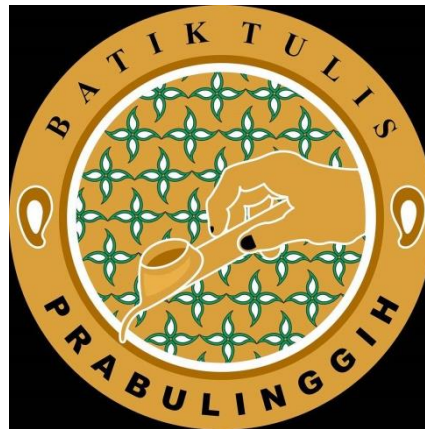
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

k

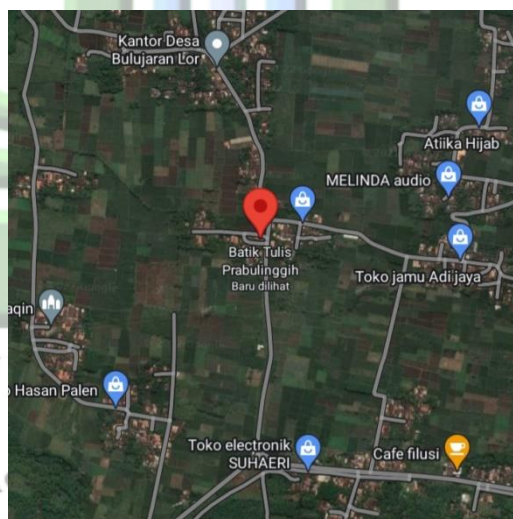
Jember, 17 November 2022
 An. Dekan
 Kepala Bagian Akademik
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

DOKUMENTASI

Logo Batik Tulis Prabulinggih



Denah Lokasi



Wawancara dengan bapak Satimin selaku pemilik usaha Batik Tulis Prabulinggih



Wawancara dengan Amir Mahmud selaku bagian produksi



Pembuatan pola/sketsa pada kain batik



Proses menjemur



Pewarna yang digunakan



Proses pewarnaan



Kegiatan *fashion show* pada acara Malang *Fashion Week* 2022



Batik tulis Prabulinggih berkolaborasi dengan desainer Febby Antique saat kegiatan *fashion show* pada acara Malang *Fashion Week* 2022



Wawancara dengan ibu Wika selaku konsumen batik tulis Prabulinggih



Wawancara dengan ibu Erna selaku konsumen batik tulis Prabulinggih



Wawancara dengan ibu Fitri selaku konsumen batik tulis Prabulinggih



Acara pameran yang diselenggarakan oleh Kapolda Jawa Timur



Batik tulis Prabulinggih menjadi perwakilan UMKM binaan Bank Indonesia

Malang pada acara pameran



Kegiatan *capacity building* oleh Bank Indonesia terhadap pondok pesantren dan
UMKM



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

1. Nama : Nur Diana Kholida
2. Tempat/Tanggal Lahir : Probolinggo, 13 Juli 2000
3. Alamat : Desa Paras, Tegalsiwalan, Probolinggo
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Pekerjaan : Mahasiswi
7. Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia (WNI)
8. No.Hp : 082338323122
9. Email : nkholida20@gmail.com

A. Riwayat Pendidikan

1. TK Islam Darul Mukhlashin (2005-2007)
2. SD Islam Darul Mukhlashin (2007-2012)
3. SMPN 1 Leces (2012-2015)
4. SMA Taruna Dra. Zulaeha (2015-2018)