

PERAN *BRANDING IMAGE* DALAM MENINGKATKAN VOLUME

PENJUALAN BATIK

**(Studi Pada: Batik Gedog H.M. Sholeh Desa Jarorejo Kecamatan Kerek
Kabupaten Tuban)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

DINDA RIA SAVITRI

21403128

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN JUDUL

**PERAN *BRANDING IMAGE* DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BATIK
(Studi Pada: Batik Gedog H.M. Sholeh Desa Jarorejo Kecamatan Kerek
Kabupaten Tuban)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Institut agama islam negeri kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Untuk menyelesaikan program sarjana**

OLEH:

DINDA RIA SAVITRI

21403128

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN *BRANDING IMAGE* DALAM MENINGKATKAN VOLUME

PENJUALAN BATIK

**(Studi Pada: Batik Gedog H.M. Sholeh Desa Jarorejo Kecamatan Kerek
Kabupaten Tuban)**

Oleh:

Dinda Ria Savitri

21403128

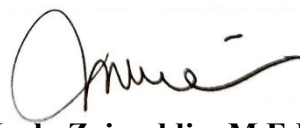
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Nilna Fauza, M.HI.
NIP. 198610242015032003

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.E.I.
NIP.198310302023211007

NOTA DINAS

Kediri, 26 Febuari 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Untuk membimbing penyusunan Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Dinda Ria Savitri

NIM : 21403128

Judul : Peran *Branding Image* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Batik (Studi Pada: Batik Gedog H.M. Sholeh Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1)

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Nilna Fauza, M.HI.
NIP. 198610242015032003

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.E.I.
NIP.198310302023211007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 15 April 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Dinda Ria Savitri

NIM : 21403143

Judul : PERAN *BRANDING IMAGE* DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BATIK (Studi pada: Batik Gedog
H.M.Sholeh Desa Jarorjo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Sesuai dengan petunjuk yang diujikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 15 April 2025, kami berpendapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

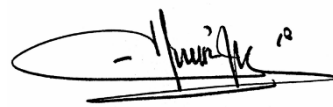
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Nilna Fauza, M.HI.
NIP. 198610242015032003

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.E.I.
NIP.198310302023211007

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN *BRANDING IMAGE* DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BATIK (Studi pada: Batik Gedog H.M.Sholeh Desa Jarorjo
Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)**

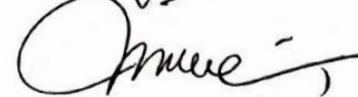
Dinda Ria Savitri

NIM.21403143

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 23 April 2025

Tim Penguji:

- 1 **Penguji Utama:**
Mundhori, M.E.I.
NIP. 19870222 2019031004
- 2 **Penguji 1:**
Dijan Novia Saka, M.M.
NIP. 198610242015032003
- 3 **Penguji 2:**
Moch. Zainuddin, M.E.I.
NIP. 198310302023211007

()
()
()

Kediri, 23 April 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


Dr. H. Imam Annas Muslimin, M.HI.
NIP. 197501011998031002

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.”

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dinda Ria Savitri

NIM : 21403128

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benarbenar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 23 April 2025

Yang membuat pernyataan



10000
METERAI
TEMPEL
P70E7AJX837944735

Dinda Ria Savitri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran kepada penulis sehingga skripsi yang telah dibuat dapat diselesaikan dengan baik maka dari itu saya persembahkan skripsi saya kepada:

1. Orangtua tercinta saya, Bapak Rasdan dan Ibu Triyani yang telah memberikan kasih sayang, doa, serta kebutuhan material untuk mendukung pendidikan putri sulungnya dan menghantarkan putri nya untuk menuju gerbang kesuksesan melalui pendidikan.
2. Keluarga saya, adik saya Davita Avitria Syafa'ul yang selalu memberi semangat kepada kakak, mbak sepupu yang sudah menemani saya selama penelitian, dan kakek nenek saya yang sudah membantu dan mendukung saya lewat doa yang kalian panjatkan
3. Teman-teman dari SMK Al-Ikhlash dan guru-guru SMK saya, terkhusus nya Alfiyatus Shoffa yang telah menemani dan mensupport saya melalui via *online*. Doa dan dukungan kalian sangat amat berharga bagi saya.
4. Teman-teman seperjuangan saya masa kuliah, Mas Steven, Mbak Stevani, Mbak Tarisa, dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
5. Teman-teman masa Madrasah Tsanawiyah saya yang masih menjadi support system bagi saya dalam keadaan apapun, baik susah dan senang.

ABSTRAK

Dinda Ria Savitri, NIM 21403128 Dosen Pembimbing: Nilna Fauza, M.HI. dan Moch. Zainuddin, MEI. : “Peran *Branding Image* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Batik (Studi Pada: Batik Gedog H.M. Sholeh Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)”. Manajemen Bisnis Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri 2025.

Kata Kunci: *Branding Image*, Volume penjualan

Industri batik merupakan sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian daerah. Salah satu keberhasilan dalam memasarkan sebuah produk batik adalah menggunakan citra merek (*branding image*) yang kuat terhadap produk. *Branding* yang kuat dapat meningkatkan kesadaran konsumen betapa pentingnya meningkatkan sektor ekonomi daerah serta melestarikan suatu budaya agar tidak hilang ditelan zaman. *Branding* yang baik harus memperkuat loyalitas pada pelanggan dan dapat meningkatkan volume penjualan. Batik Gedog H.M.Sholeh merupakan rumah industri batik yang berada di Tuban yang menerapkan *branding image* pada produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengolah bagaimana peran dari *branding image* terhadap peningkatan volume penjualan pada Batik Gedog H.M.Sholeh di Tuban.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. dilakukannya wawancara kepada owner, karyawan, dan beberapa konsumen yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. observasi, serta dokumentasi digunakan untuk memperkuat temuan penelitian. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *branding image* yang diterapkan oleh Batik Gedog H.M. Sholeh meliputi tiga aspek utama, yaitu *Brand Identity*, *Brand Personality*, dan *Brand Associations*. Keunikan motif batik, kualitas kain berbahan katun asli, serta teknik produksi tradisional menjadi elemen utama yang membangun identitas merek Batik Gedog. Selain itu, pemasaran dilakukan melalui strategi *offline* dan *online*, seperti promosi di pameran, media sosial, dan pemasaran langsung. *Branding image* yang kuat berdampak positif pada peningkatan volume penjualan. Laba pada tahun 2021 sebesar Rp. 881.358.000 hingga pada tahun 2024 mencapai Rp.999.086.000 dengan persentase 30% lebih untuk pertahunnya. dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan dan ekspansi pasar ke luar daerah Tuban.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdullilahi robbil `alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERAN BRANDING IMAGE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BATIK (Studi pada Batik Gedog H.M. Sholeh, Desa Jarorejo, Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban)” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor IAIN
3. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
4. Ibu Nilna Fauza, M. HI selaku kepala program studi Manajemen Bisnis Syariah serta Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Moch. Zainuddin, MEI. Selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan bimbingan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Pemilik dan Karyawan Batik Gedog H.M. Sholeh, yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
7. Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi yang berharga dalam dunia akademik dan industri kreatif batik di Indonesia.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemudahan dan keberkahan dalam setiap langkah kita. Aamiin.

Kediri, 26 Febuari 2025

Penulis

Dinda Ria Savitri

NIM 21403128

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
NOTA DINAS.....	III
NOTA PEMBIMBING	IV
LEMBAR PENGESAHAN	V
MOTTO	VI
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	VII
HALAMAN PERSEMBAHAN	VIII
ABSTRAK	IX
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	13
E. Penelitian Terdahulu	15
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Teori <i>Branding</i>	22
1. Pengertian <i>Branding</i>	22
2. Manfaat <i>Branding</i> Dari Sisi Produsen Dan Sisi Konsumen	24
3. Fungsi <i>Branding</i>	25
B. Teori <i>Branding Image</i>	26
1. Definisi <i>Branding Image</i>	26
2. Komponen <i>Branding Image</i>	27
3. Fungsi <i>Branding Image</i>	28
C. Teori Volume Penjualan	29

1. Pengertian Volume Penjualan	29
2. Tujuan Penjualan.....	30
3. Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Volume Penjualan	31
4. Mengukur Volume Penjualan	32
5. Peningkatan Volume Penjualan	34
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Kehadiran Peneliti.....	37
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Data dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Analisis Data.....	41
G. Pengecekan Keabsahan Data	42
H. Tahap-tahap Penelitian.....	44
BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Batik Gedog H.M.Sholeh.....	46
B. Paparan Data	58
1. Branding Image Pada Batik Gedog H.M.Sholeh	58
2. Peran <i>Branding Image</i> Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Batik Gedog H.M.Sholeh.....	69
C. Temuan Penelitian	79
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Branding Image Yang Diterapkan Oleh Batik Gedog H.M.Sholeh.....	82
B. Peran <i>Branding Image</i> Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Batik Gedog H.M.Sholeh.....	89
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sentra Batik Di Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban Tahun 2025	3
Tabel 1.2 perbandingan Batik Gedog H.M.Sholeh, Batik Dewi Sri, Batik Surya Tahun 2025.....	4
Tabel 1.3 jumlah karyawan Batik Gedog H.M.Sholeh beserta bagian/divisi Tahun 2025	9
Tabel 1.4 volume penjualan dari tahun 2021-2024	10
Tabel 4.1 data karyawan batik gedog H.M.Sholeh Tahun 2025	47
Tabel 4.2 alat dan bahan membatik	52
Tabel 4.3 data keuntungan batik gedog H.M.Sholeh pada tahun 2021-2024	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 struktur organisasi batik gedog H.M.Sholeh	48
Gambar 4.2 motif batik ririan dan manuk bongkol	61
Gambar 4.3 perbedaan batik dikain katun asli dengan katun campuran	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Instrumen Penelitian

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Instrumen Pengumpulan Data

Lampiran 5 Hasil Dokumentasi

Lampiran 6 Daftar Konsultan Dan Penyelesaian Skripsi

Lampiran 7 Riwayat Hidup