

- 5) Keterampilan khusus, mempunyai keterampilan teknis dan profesional tertentu, mempunyai pengalaman, dan menikmati kondisi kerja yang nyaman.

Secara umum, ada dua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli komersial, atau pengalihan hak kepemilikan atas barang dan jasa pembeli dan penjual. Di sini, mencapai target penjualan yang diantisipasi mengharuskan penjual berhasil membujuk pembeli. Untuk mencapai hal ini, vendor perlu memahami sejumlah topik penting yang terkait langsung dengan sifat dan atribut produk yang dijual, biaya produk, dan syarat penjualan, termasuk pembayaran, servis, garansi, dan dukungan purna jual.

3. Faktor Volume Penjualan

Volume Penjualan adalah jumlah unit yang terjual dari unit produksi, perpindahan dari sisi produksi ke konsumen, dan bersifat tetap dalam jangka waktu tertentu, menurut Abdullah. Sedangkan menurut Alimiyah & Padji, menegaskan kuantitas penjualan yang telah dihasilkan atau diharapkan dihasilkan oleh suatu bisnis dalam jangka waktu tertentu. Dari definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa upaya perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan melalui kegiatan penjualan pada akhirnya menghasilkan volume penjualan.

Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang melihat apakah peluang pasar dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal merupakan faktor penting yang

mempengaruhi volume penjualan. Saluran distribusi yang lebih luas umumnya lebih mahal, namun juga meningkatkan visibilitas produk perusahaan di mata masyarakat dan mendorong penjualan lebih tinggi, yang keduanya berdampak pada mendongkrak volume penjualan secara keseluruhan..²²

4. Indikator Volume Penjualan

Indikator volume penjualan, berdasarkan konsep manajemen pemasaran modern oleh Basu Swasta dan Irawan yang mengacu pada Kotler, meliputi:²³

a. Mencapai Jumlah Penjualan Tertentu

Artinya, perusahaan perlu menetapkan target penjualan yang spesifik, seperti jumlah produk yang harus terjual dalam waktu tertentu. Target penjualan ini sangat penting karena berkaitan langsung dengan pemasukan perusahaan. Penetapan target ini biasanya dilakukan dengan mempertimbangkan analisis pasar, kapasitas produksi, serta permintaan pelanggan. Capaian ini juga digunakan sebagai indikator untuk menilai apakah strategi pemasaran yang digunakan sudah tepat atau perlu penyesuaian.

b. Memperoleh Keuntungan Tertentu

Selain fokus pada jumlah penjualan, perusahaan juga harus memperhatikan keuntungan yang didapat dari hasil penjualan. Keuntungan ini merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya

²² Efendi Pakpahan, *Volume Penjualan*, (Jakarta:PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009), 59.

²³ Basu Swasta DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2014), 432.

yang dikeluarkan untuk proses produksi serta kegiatan pemasaran. Memastikan bahwa penjualan memberikan keuntungan tertentu sangat penting untuk menjaga kelangsungan bisnis. Menjual dalam jumlah besar saja tidak cukup, karena penjualan tersebut juga harus memberikan keuntungan yang memadai bagi perusahaan.

c. Mendukung Pertumbuhan Perusahaan

Indikator ini menunjukkan bahwa tingginya angka penjualan dan keuntungan yang stabil akan membantu pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Pertumbuhan ini dapat berupa peningkatan produksi, perluasan pasar, atau inovasi produk baru. Penjualan yang konsisten dan menguntungkan akan menjadi dasar yang kuat bagi perusahaan untuk terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati secara langsung di lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan sudut pandang subjek penelitian. Penelitian kualitatif juga menekankan pada makna, proses, penalaran, serta pemahaman terhadap situasi dan kondisi yang terjadi dalam objek penelitian.²⁴

Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus merupakan jenis penelitian yang dilakukan secara mendalam, terperinci, dan intensif terhadap suatu objek, peristiwa, atau fenomena tertentu dalam lingkungan yang nyata. Adapun dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian pada penggunaan *selebgram endorsement* dalam memasarkan produk batik melalui media sosial Instagram pada *Batik and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri. Pemilihan jenis penelitian studi kasus dilakukan karena penelitian ini berfokus pada satu objek usaha tertentu sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran yang digunakan, proses pelaksanaan

²⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (PT. Remaja Rosdakarya, 2003). 4

endorsement, serta dampaknya terhadap minat dan keputusan pembelian konsumen.²⁵

Penelitian kualitatif studi kasus ini dilakukan secara langsung di lapangan (*field research*) melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memperoleh data yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.²⁶ Adapun dengan cara menggunakan pendekatan tersebut, peneliti dapat memahami berbagai bentuk fenomena penggunaan promosi *selebgram endorsement* secara lebih mendalam dan menyeluruh berdasarkan pengalaman, pandangan, serta aktivitas yang dilakukan oleh pihak Batik and Art Gallery Lochatara Kabupaten Kediri.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Batik *and Art Gallery* Lochatra yang berlokasi di beralamatkan Jl. Kenanga No.07/02, Kelurahan Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Jawa Timur Kode Pos 64174. Batik *and Art Gallery* Lochatra ini memiliki potensi ekonomi yang bagus dan didukung sumber daya manusia yang baik. Sehingga dapat meningkatkan penjualan yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian disana.

C. Data dan Sumber Data

Pada langkah mengumpulkan sumber data ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder.

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. ke-15, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 121.

²⁶ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019), 10.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan dari sumber data pertama baik individu atau perseorangan seperti melalui kuisisioner atau wawancara²⁷ Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kepada narasumber pemilik, karyawan, dan selebgram batik tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendamping sebagai pelengkap data primer. Data sekunder memperjelas data primer, seperti: buku, jurnal, skripsi. Data sekunder yang peneliti gunakan adalah website kementerian desa, artikel-artikel dan jurnal mengenai strategi pemanfaatan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kualitatif menggunakan teknik:

1. Observasi

Metode observasi adalah pengumpulan data dengan mengamati untuk mengungkapkan makna suatu kejadian.²⁸ Teknik observasi ini dilakukan pada *Batik and Art Gallery* Lochatra. Adapun observasi dilakukan dengan mengamati cara pemasaran & pemanfaatan selebgram *endorsement* pada *Batik and Art Gallery* Lochatra.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dua orang atau lebih, dimana pertanyaan diajukan kepada seseorang yang berperan sebagai

²⁷ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Cet-4 (Alfabeta, 2008). 82

²⁸ Salim dan Syahrur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Citapustaka Media, 2012). 40

pewawancara.²⁹ Teknik wawancara ini bertujuan mendapatkan informasi data yang valid dari informan. Peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan:

Tabel 3.1
Data Informan Peneliti dan Data yang Digali

No	Pihak yang Diwawancarai	Data yang Digali
1	Sih Panganti (Pemilik Batik Lochatara)	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang usaha - Alasan memilih <i>endorsement selebgram</i> - Proses pemilihan <i>selebgram</i> - Efektivitas <i>selebgram</i> dalam penjualan - Pengalaman kerja sama - Perubahan penjualan - Target dalam pasar dan strategi promosi lainnya
2	Adelia (Karyawan Batik Lochatara)	<ul style="list-style-type: none"> - Peran dalam promosi - Koordinasi dengan <i>selebgram</i> - Dampak operasional <i>endorsement</i> - Tanggapan konsumen - Pertanyaan dari pelanggan
3	Konsumen Batik Lochatara: Laili, Dhea, Vina, Rosita, Intan	<ul style="list-style-type: none"> - Alasan membeli produk - Tahu produk dari <i>selebgram</i>? - Pengaruh <i>endorsement</i> terhadap keputusan beli - Penilaian kualitas produk - Kepercayaan terhadap promosi - Pengalaman dalam belanja & persepsi media sosial
4	Selebgram Endorser Batik Lochatara: Iqbal Hamaki, Desar Galuh Majakirana, dan Putry Simamora	<ul style="list-style-type: none"> - Alasan menerima kerja sama dengan Batik Lochatara - Nilai personal terhadap produk lokal (batik) - Strategi konten saat promosi produk - Persepsi terhadap brand Batik Lochatara - Pengalaman pribadi dalam mempromosikan produk - Respon <i>followers</i> setelah unggahan <i>endorsement</i> - Prinsip yang dipegang dalam menerima <i>endorsement</i> (misalnya soal kejujuran, kecocokan produk, dsb.)

Sumber : Data Observasi dan Wawancara yang Diolah Peneliti

²⁹ Ibid., 119.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data terkait hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan lain-lain.³⁰ Dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain:

Tabel 3.2
Data Dokumentasi yang Diperlukan Peneliti

No	Data Dokumentasi	Data yang Digali
1	<i>Instagram</i> dan <i>Linktree</i> Batik Locharata	- Konten promosi selebgram - Interaksi (like, komentar) - Bentuk konten (foto, video, <i>story</i>) - Info produk di akun resmi
2	Akun <i>Instagram Selebgram Endorser</i> Batik Locharata: - @adeauliyar - @firstayap - @putrysimamora_ - @desargaluhmajakirana - @iqbal_hamaki - @anggyak - @frinsisca.vanne	- Gaya konten <i>endorsement</i> - Jumlah <i>followers</i> - Produk yang dipromosikan - Interaksi audiens - Analisis jangkauan promosi

Sumber : Data Observasi dan Wawancara yang Diolah Peneliti

E. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data fundamental dalam penelitian karena ilmiah. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua teknik, yaitu:³¹

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lainnya Peneliti ketika melakukan proses penelitian dapat membandingkannya dengan bermacam-macam teori, sumber atau metode. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Rineka Cipta, 2006). 274

³¹ H. Zuchri Abdussamad dan M. Si Sik, *Metode penelitian kualitatif* (CV. Syakir Media Press, 2021). 90

membandingkan berbagai data hasil wawancara dengan menggunakan triangulasi metode yaitu membandingkan data hasil wawancara dengan hasil observasi.

2. Ketekunan Pengamatan

Pengecekan keabsahan data dengan ketekunan pengamatan yakni bertujuan mencari ciri-ciri dan unsur kemudian merujuk secara rinci. Ketekunan pengamatan disini yakni meliputi pengamatan pemanfaatan *Selebgram Endorsment* pada *Batik and Art Gallery* Lochatra Kabupaten Kediri.

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data menggunakan teknik deskriptif yang memuat analisis dengan cara:³²

1. Reduksi

Reduksi merupakan analisis yang menajamkan, mengulangkan, menyarangkan, membuang berbagai perihal yang tidak diperlukan dan melakukan pengorganisasian kedalam data dengan cara ataupun metode sedemikian rupa hingga kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data berisi sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan.

3. Penarikan Kesimpulan

³² Hardani Hardani dkk., *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (Pustaka Ilmu, 2020). 120

Sebuah langkah terakhir dalam menganalisa secara kontinu baik saat pengumpulan data atau setelah pengumpulan data.

G. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap persiapan atau pendahuluan

Pada tahap pendahuluan ini dilakukan berangkat dari permasalahan dalam lingkup peristiwa yang sedang berlangsung dan bisa diamati serta diverifikasi secara nyata.³³ Peneliti telah melakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan motivasi dan kinerja karyawan dengan melaksanakan seminar proposal yang telah disetujui dosen pembimbing.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini, melaksanakan pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi.

3. Tahap analisis data

Pada langkah ini peneliti melakukan penyusunan semua data data yang sudah terkumpul dari hasil penelitian secara sistematis sesuai pedoman.

³³ Asep. Suryana, *Tahap-Tahapan Penelitian Kualitatif* (Universitas Pendidikan Indonesia, 2007).
2

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri

Batik Lochatara adalah usaha yang bergerak di bidang kerajinan batik khas dari Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Usaha ini resmi berdiri sejak tanggal 13 Agustus 2015 dan berlokasi di daerah Wates, Kediri. Nama “Lochatara” sendiri berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti “luar biasa”. Harapannya, batik ini bisa menjadi produk yang bukan hanya cantik, tetapi juga punya nilai lebih dalam kenalkan dan melestarikan budaya asli Kediri.

Usaha batik ini berawal dari kecintaan pemiliknya terhadap kebudayaan lokal, baik benda budaya seperti bangunan bersejarah dan kerajinan, maupun budaya tak benda seperti tarian dan cerita rakyat. Karena rasa cinta yang mendalam terhadap budaya Kediri, pemilik Batik Lochatara ingin menuangkan kekayaan budaya tersebut ke dalam motif-motif batik yang unik dan berbeda dari yang lain. Ia melihat bahwa masih banyak unsur budaya Kediri yang belum banyak dikenal masyarakat luas, sehingga ingin memperkenalkannya lewat media batik.¹

Seiring berjalannya waktu, pemilik Batik Lochatara mendaftarkan nama “Lochatara” sebagai merek dagang resmi agar memiliki perlindungan

¹ Sih Panganti, Pemilik Usaha di Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024

hukum dan diakui secara nasional. Hal ini dilakukan atau dilaksanakan sebagai langkah serius untuk bisa membangun bisnis batik yang berkelanjutan.

Agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, pemilik Batik Lochatara juga aktif dalam mempromosikan produknya, baik melalui pameran, media sosial, maupun kerja sama dengan berbagai pihak. Kini, pelanggan Batik Lochatara berasal dari beragam kalangan, mulai dari dinas pendidikan, dinas pariwisata, anggota DPR, pegawai BUMN, hingga kepala daerah seperti Bupati.

Meskipun persaingan dalam industri batik cukup ketat, Batik Lochatara tetap percaya diri karena produk yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Harganya masih sebanding dengan batik-batik di pasaran, namun yang membedakan adalah nilai budaya dan keunikan motifnya. Pemilik juga yakin bahwa pembeli saat ini sudah cukup cerdas dalam memilih batik berkualitas, bukan sekadar mencari yang murah.²

Batik Lochatara memiliki komitmen kuat untuk bisa terus mengangkat budaya dan kekayaan alam Kediri lewat desain dan motif batiknya. Beberapa motif yang sudah dikenal dan menjadi ciri khas Batik Lochatara antara lain adalah motif Monumen Simpang Lima Gumul, tarian Jaranan, Gunung Kelud, buah Nanas Madu khas Kediri, serta motif Tondowongso dan Adan-Adan yang terinspirasi dari situs sejarah dan tradisi lokal.

² Sih Panganti, Pemilik Usaha di Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024

Atas konsistensinya dalam mengangkat budaya daerah, Batik Lochatara Kabupaten Kediri pernah mendapatkan penghargaan dari Radar Kediri Award pada tahun 2018 sebagai “Batik Budaya”. Penghargaan ini semakin memperkuat posisi Batik Lochatara sebagai salah satu pelopor batik yang tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada pelestarian nilai-nilai budaya lokal.³

2. Lokasi Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri

Penelitian ini dilakukan di Toko Batik *and Art Gallery* Lochatara yang berlokasi di Jl. Kenanga No.07/02, Jajar, Kec. Wates, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64174.

3. Visi & Misi Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri

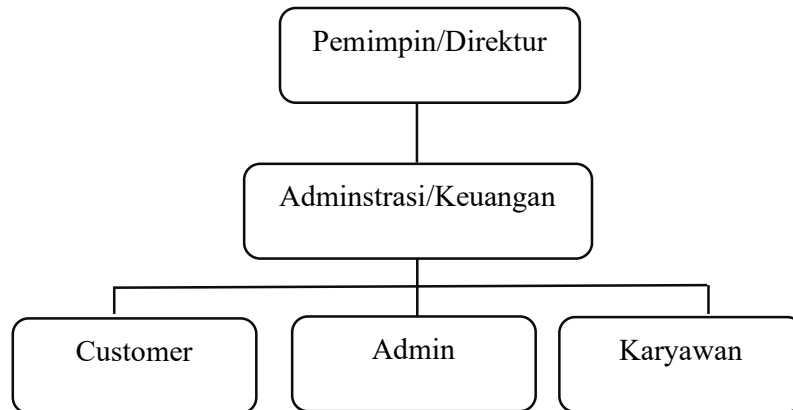
Visi dan Misi Batik Lochatara di Kecamatan Wates Kabupaten Kediri ada keterkaitan dari nama Batik itu sendiri yaitu "Lochatara" yang berasal dari bahasa Sansekerta, yang berarti "Luar Biasa". Menurut pendiri, beliau ingin memperkenalkan kepada dunia bahwa di Kediri kaya akan budaya yang luar biasa. Batik Lochatara merupakan karya luar biasa yang selalu mengangkat budaya daerah Kabupaten Kediri. Melalui Batik Lochatara ini kebudayaan kediri yang belum dikenal dapat dikenali baik di masyarakat lokal maupun luar daerah.⁴

³ Sih Panganti, Pemilik Usaha di Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024

⁴ Sih Panganti, Pemilik Usaha di Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024

4. Struktur Organisasi *Batik and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri

Gambar 4.1
Struktur Organisasi *Batik and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri



Sumber : *Batik and Art Gallery* Lochatara

Tugas dan fungsi masing-masing dari setiap jabatan yang ada di Struktur Organisasi *Batik and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri yakni:⁵

a. Pemimpin/owner

- 1) Memimpin dan mengarahkan
- 2) Mengukur kinerja
- 3) Mengawasi manajemen

b. Kepala Adminstrasi & Keuangan

- 1) Membuat pembukuan dan laporan keuangan
- 2) Mengelola dokumen dan juga surat menyurat Perusahaan
- 3) Membuat laporan pajak

⁵ Sih Panganti, Pemilik Usaha di *Batik and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024