

Lampiran 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Siti Khafsoh
NIM : 2013116370
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 24 Agustus 1998
Alamat : Pasirsari, Kecamatan Pekalongan Barat,
Kota Pekalongan
Nama Ayah : A. Sholeh Syahrhun
Nama Ibu : Hj. Rodliyah (Almh)

B. Riwayat Pendidikan

1. RA MASYITOH 10 Pasirsari Lulusan Tahun 2004
2. MIS Pasirsari 01 Lulusan Tahun 2010
3. SMP N 8 Kota Pekalongan Lulusan Tahun 2013
4. SMA N 3 Kota Pekalongan Lulusan Tahun 2016
5. IAIN Pekalongan Lulusan Tahun 2021

C. Riwayat Organisasi

UKM GEMALAWA IAIN Pekalongan : 1. Anggota (2017 – 2018)
2. Sekretaris (2019)

Pekalongan, 10 November 2021

Peneliti



SITI KHAFSOH
NIM. 2013116370

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber Pemilik serta Bagian Pemasaran *Offline* Batik Reza

Informan	:	
Tempat	:	
Hari, Tanggal	:	
Waktu	:	

A. Gambaran Umum Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan

1. Bagaimana sejarah berdirinya Batik Reza ?
2. Apa visi dan misi dari Batik Reza ?
3. Bagaimana struktur organisasi dalam Batik Reza ?
4. Apa saja varian produk yang dijual oleh Batik Reza ?

B. Strategi Pemasaran *Offline* Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan

1. Strategi apa saja yang dijalankan dalam pemasaran *offline* Batik Reza ?
2. Apa saja segmentasi pasar yang dipilih Batik Reza ? Bagaimana penerapannya ?
3. Apa saja Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Batik Reza ?
4. Bagaimana strategi produk yang dijalankan Batik Reza ?
5. Bagaimana strategi harga yang dijalankan Batik Reza ?

6. Bagaimana strategi promosi yang dijalankan Batik Reza ?
7. Bagaimana strategi tempat yang dijalankan Batik Reza ?
8. Berapa total pembeli *offline* yang ada di Batik Reza ?
9. Seberapa luas jangkauan pemasaran *online* Batik Reza ?
10. Berapa pendapatan Batik Reza yang diperoleh dari pemasaran *offline* ?
11. Apa kendala yang dihadapi Batik Reza dalam menjalankan pemasaran *offline* ?

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber Bagian Pemasaran *Online* Batik Reza

Hari, Tanggal	:	
Tempat	:	
Informan	:	
Waktu	:	

1. Kapan Batik Reza mulai menerapkan strategi pemasaran *online* ?
2. Strategi pemasaran *online* apa yang dijalankan Batik Reza ?
3. Siapakah yang menjadi sasaran dari strategi pemasaran *online* Batik Reza ?
4. Apa saja usaha yang dilakukan saudara dalam pemasaran *online* ?
5. Berapa total pembeli *online* yang ada di Batik Reza ?
6. Seberapa luas jangkauan pemasaran *online* Batik Reza ?
7. Berapa pendapatan yang diperoleh Batik Reza dari pemasaran *online* ?

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Offline* Batik Reza

Informan	:	
Tempat	:	
Hari, Tanggal	:	
Waktu	:	

1. Sudah berapa lama anda berlangganan di Batik Reza ?
2. Dari manakah anda berasal ?
3. Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?
4. Bagaimana pemasaran melalui Telegram dan Whatsapp yang dilakukan Batik Reza ?
5. Apa kekurangan dari Batik Reza ?

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Online* Batik Reza

Informan	:	
Media	:	
Hari, Tanggal	:	
Waktu	:	

1. Sudah berapa lama anda berlangganan di toko *online* Batik Reza ?
2. Dari manakah anda berasal ?
3. Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?
4. Apa kekurangan dari Batik Reza ?

Lampiran 2

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Pemilik serta Bagian Pemasaran *Offline* Batik Reza

Informan : Ibu Zakkiyah

A. Gambaran Umum Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan

Hari, tanggal : Jum'at, 22 Oktober 2021

Tempat : Kios Batik Reza Pasar Darurat Patiunus Blok E

Waktu : 13.00 – 14.30 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana sejarah berdirinya Batik Reza ?	Batik Reza berdiri sekitar 2015. Dulunya saya dan suami bekerja sebagai buruh konveksi, saya bagian jahit dan suami bagian pemotongan. Awalnya kami bekerja serabutan, pernah jadi tukang kredit, jual sembako dan lopper juga guna meningkatkan perekonomian kami. Karena dirasa kurang cocok jadi saya meneruskan ke konveksi. Saya mengkreasikan sisa hasil kain yang tidak digunakan menjadi produk daster anak dengan model balpung (tambal petung). Saya memanfaatkan jaringan pertemanan saya pada pekerjaan sebelumnya sampai bisa berkembang seperti sekarang ini.
2.	Dimanakah alamat rumah usaha dan kios Batik Reza ?	Rumah usaha beralamat di jalan Raya Karanganyar gang 15 desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan. Kalau kiosnya sendiri di Blok E pasar darurat Patiunus dekat Pasar Banjarsari yang kebakaran, jalan Sultan Agung, kelurahan Sugihwaras, Kota Pekalongan.
3.	Apa visi dan misi dari Batik	Visi kami menjadi usaha Batik yang

	Reza ?	unggul dalam kualitas, pelayanan dan juga kinerja. kalau misi kami memproduksi produk yang mempunyai kualitas, memperlebar jaringan dan juga menaikkan kesejahteraan para karyawan.
4.	Bagaimana struktur organisasi dalam Batik Reza ?	Kalau di Batik Reza ya ada pemilik dan juga memasarkan produk secara langsung yaitu saya sendiri dan suami bapak Zamhari, anak saya M. Fahmi yang menjalankan pemasaran <i>online</i> , ada bagian produksi yang diurus sama suami saya. di bagian produksi mencakup pemotongan dan penjahitan. ada 15 orang karyawan yang membantu proses produksi.
5.	Apa saja varian produk yang dijual oleh Batik Reza ?	Banyak mbak produk kami. ada daster, <i>longdress</i> , <i>sedress</i> , yukensi, kaos batik, celana batik juga ada. lebih lengkapnya bisa di buka telegram kami mbak disana tertera. nama Grup Telegram Batik Reza.

B. Strategi Pemasaran *Offline* Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan

Tirto, Kabupaten Pekalongan

Hari, tanggal : Sabtu, 23 Oktober 2021

Tempat : Rumah Batik Reza, Jalan Karanganyar Gg. 15, Tirto

Waktu : 19.30 – 21.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Strategi apa saja yang dijalankan dalam pemasaran <i>offline</i> Batik Reza ?	Kami memilih segmentasi pasar dan bauran pemasaran. segmentasi pasarnya meliputi geografi, demografi dan psikografi. sedangkan baurannya 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi.
2.	Bagaimana segmentasi geografi yang dipilih Batik Reza ?	Untuk produk yang kita jual, akan dialokasikan di daerah Pekalongan khususnya sekitar tempat tinggal kami karena disini mayoritas orang tertarik untuk menggunakan batik. Apalagi batik yang bisa digunakan untuk keseharian seperti daster. Dimana mayoritas

		masyarakat disini jarang bepergian ke mall dan lebih nyaman berbelanja ke pasar tradisional atau hanya sekedar ke warung saja. Tapi sekarang ini produk batik kami sudah melalang buana ke luar Pekalongan
3.	Bagaimana segmentasi demografi yang dipilih Batik Reza ?	Untuk sasaran konsumen kami beragam, mulai dari usia anak-anak hingga orang tua juga ada. Namun produk kami lebih banyak menjurus ke usia dewasa sampai orang tua. Dikarenakan rentan usia tersebut lebih membutuhkan pakaian yang nyaman. Selain itu, mereka akan cenderung membeli baju dengan harga yang murah terutama bagi konsumen ibu rumah tangga. Apalagi masyarakat sini pendapatannya relatif menengah pastinya lebih memilih barang murah ya mbak. Produk yang dijual kebanyakan untuk perempuan mbak. Soalnya perempuan itu cenderung suka membeli barang. Apalagi kalau murah
4.	Bagaimana segmentasi psikografi yang dipilih Batik Reza ?	Seperti yang mbak ketahui, umumnya masyarakat Pekalongan itu kehidupannya sederhana ya, tidak seperti kota-kota besar lainnya yang kebanyakan orangnya suka mengoleksi barang-barang bermerk. Kalau disini lebih suka berpenampilan yang sederhana sehingga produk yang kami jual seperti daster, setelan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat
5.	Bagaimana strategi produk yang dijalankan Batik Reza ?	Produk dalam Batik Reza sangat beragam mbak. Ada daster, dress, yukensi, <i>longdress</i> , setelan, kaos dan celana. Kami menyediakan produk bervariasi baik dari segi model, usia maupun gender. Supaya pembeli tidak perlu untuk mencari produk tertentu ke penjual lain. Itu juga memudahkan dan tidak mengecewakan pembeli ya. Produk yang dijual sesuai dengan tren yang sedang ramai
6.	Bagaimana strategi harga yang dijalankan Batik Reza ?	Harga jual kami terjangkau. Mulai 15.000 rupiah untuk anak-anak. Ad harga ecer, seri sama grosir juga.

7.	Bagaimana strategi promosi yang dijalankan Batik Reza ?	Dalam hal promosi, saya memanfaatkan jaringan yang saya miliki. Seperti yang mbak ketahui bagaimana proses yang saya hadapi dalam membangun usaha Batik Reza ini. Jaringan saya alhamdulillah luas mulai dari teman sekolah, teman lingkup kerja, pembeli loyal dan fatayat. Promosi yang saya lakukan yakni face to face dan melalui sms juga. Terkadang kami juga memberikan potongan harga di hari-hari tertentu seperti Agustus. Pembeli produk Batik Reza kini sudah lebih dari 50 orang yang tersebar di wilayah lain. Alhamdulillah, dengan promosi sederhana yang saya lakukan membuahkan hasil sampai saya bisa seperti sekarang ini. Ditambah sekarang ini pemasaran <i>offline</i> telah didukung melalui Telegram dan Whatsapp. dari kedua media itu kami gunakan untuk update model produk baik produk lama maupun baru.
8.	Bagaimana strategi tempat yang dijalankan Batik Reza ?	Kami membuka usaha di dua tempat yakni di rumah serta kios Pasar Banjarsari (sekarang pindah ke pasar darurat Patiunus). Kalau di rumah ya jelas ya mbak dekat dengan msyarakat jadi ya lumayan juga banyak masyarakat yang berdatangan untuk beli daster ke rumah, apalagi banyak kami biasa berkerumun dengan tetangga jadi lebih memudahkan bertemu pembeli. Yang kedua kami lebih memilih Pasar Banjarsari karena pasar tersebut salah satu pasar induk yang ada di Kota Pekalongan, dan menjadi tujuan para wisatawan atau tengkulak dalam mencari produk batik. Pasar ini strategis dan lebih rame daripada pasar grosir Setono
9.	Berapa total pembeli <i>offline</i> yang ada di Batik Reza ?	Pembeli produk Batik Reza kini sudah lebih dari 50 orang yang tersebar di wilayah lain.
10.	Seberapa luas jangkauan pemasaran <i>online</i> Batik Reza ?	sekarang ini produk batik kami sudah melalang buana ke luar Pekalongan yaitu Tegal, Jakarta, Semarang, Cirebon, Riau,

		Blitar dan sebagainya.
11.	Berapa pendapatan Batik Reza yang diperoleh dari pemasaran <i>offline</i> ?	Pendapatan dari pemasaran <i>offline</i> sekitar 10.000.000 – 30.000.000 rupiah per bulannya.
12.	Apa kendala yang dihadapi Batik Reza dalam menjalankan pemasaran <i>offline</i> ?	Kendala yang kami rasakan adalah jumlah penjual batik semakin banyak mulai tahun 2017, di tahun itu pula terjadi kebakaran sehingga modal kami juga habis. Sasaran pemasaran hanya monoton pada konsumen yang sudah ada saja. Ditambah munculnya kebijakan baru tahun 2020-2021 di masa Covid sekarang ini yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan belakangan ini ditetapkannya kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Bermasyarakat) oleh Pemerintah turut menurunkan pendapatan Batik Reza menjadi 15.000.000 perbulannya

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Pemilik serta Bagian Pemasaran *Offline* Batik Reza

Informan : Bapak Zamhari
Tempat : Rumah Batik Reza, Jalan Karanganyar Gg. 15,
Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan
Hari, Tanggal : Sabtu, 23 Oktober 2021
Waktu : 18.30 – 19.30 WIB

B. Strategi Pemasaran *Offline* Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Strategi apa saja yang dijalankan dalam pemasaran <i>offline</i> Batik Reza ?	Di Batik Reza menerapkan segmentasi pasar dan bauran pemasaran produk, harga, tempat serta promosi.
2.	Apa saja segmentasi pasar yang dipilih Batik Reza ? Bagaimana penerapannya ?	Segmentasinya geografi, demografi sama psikografi. seperti yang mbak ketahui, geografi mengarahke lokasi kita yang mengarah di Pekalongan. kalau demografi mayoritas produknya untuk perempuan.
3.	Bagaimana strategi produk yang dijalankan Batik Reza ?	Produk Batik Reza macam-macam terutama untuk perempuan. Dari usia anak samapi orang tua juga ada. Saya sendiri juga yang mengelola bagian produksi sehingga kualitas barang kami perhatikan seperti hasil jahitan harus rapi, tdiak ada benang-benang yang mengganggu penglihatan.
4.	Bagaimana strategi harga yang dijalankan Batik Reza ?	Harga yang berlaku di Batik Reza baik kios Pasar darurat Patiunus maupun yang di rumah ada tiga

		<p>yakni harga ecer, seri dan grosir. Terdapat perbedaan biaya dari ketiga harga tadi. Tentunya dengan membeli grosir akan jauh lebih murah dari pada membeli dalam jumlah seri ataupun eceran. Harga kami juga menyesuaikan harga pasaran, tetapi ada juga produk kami yang harganya lebih murah selisih 1.000 dari harga yang berlaku. Dalam penentuan harga tentunya kami berdasarkan harga bahan baku dan biaya operasional yang dikeluarkan. Menurut kami, cukup mengambil keuntungan yang wajar tidak perlu banyak yang terpenting pembeli bisa setia dan puas berbelanja disini</p>
5.	<p>Bagaimana strategi promosi yang dijalankan Batik Reza ?</p>	<p>Kalau promosinya ya kami mengadakan potongan harga di saat tertentu, lebih jelasnya nanti bisa ke istri saya ibu Zakkiyah karena beliau yang lebih mengurus bagian pemasaran.</p>
6.	<p>Bagaimana strategi tempat yang dijalankan Batik Reza ?</p>	<p>Kami membuka di rumah yang dekat dengan masyarakat dan buka juga kios di Pasar Banjarsari namun karena kebakaran jadi pindah di pasar darurat Patiunus Blok E, utaranya Pasar Banjarsari. Pasar tersebut merupakan pasar induk yang ada di Pekalongan sehingga menjadi tujuan para konsumen baik lokal maupun non lokal.</p>
7.	<p>Apa kendala yang dihadapi Batik Reza dalam menjalankan pemasaran <i>offline</i> ?</p>	<p>Banyak pesaingnya sama jangkauan pembeli kurang luas mbak.</p>

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Bagian Pemasaran *Online* Batik Reza

Informan	:	M. Fahmi
Tempat	:	Rumah Batik Reza, Jalan Karanganyar Gg. 15, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan
Hari, Tanggal	:	Ahad, 24 Oktober 2021
Waktu	:	19.30 – 21.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Kapan Batik Reza mulai menerapkan strategi pemasaran <i>online</i> ?	Kami menerapkan strategi pemasaran <i>online</i> sejak tahun 2017, sebagai cara untuk dapat beradaptasi dengan kemajuan zaman teknologi.
2.	Strategi pemasaran <i>online</i> apa yang dijalankan Batik Reza ?	Kalau pemasaran <i>online</i> , kami memilih menjalankan pemasaran melalui Telegram, Whatsapp, Shopee dan Lazada.
3.	Siapakah yang menjadi sasaran dari strategi pemasaran <i>online</i> Batik Reza ?	Kalau Telegram dan Whatsapp sasarannya adalah konsumen lama (<i>offline</i>) karena memang digunakan sebagai penjunjang pemasaran <i>offline</i> . Kalau Lazada dan Shopee sasarannya lebih untuk mencari konsumen baru.
4.	Apa saja usaha yang dilakukan saudara dalam pemasaran <i>online</i> ?	Sebenarnya usaha yang kita lakukan sama dengan pemasaran <i>offline</i> namun lebih memaksimalkan strategi promosi. <i>Batik Reza</i> sendiri memanfaatkan Telegram dan Whatsapp untuk berbagi info mengenai produk lama maupun baru lengkap dengan foto yang menarik, sosial media itu untuk menunjang pemasaran <i>offline</i> . Kalau Lazada dan Shopee lebih mengutamakan pencarian konsumen baru dengan memaksimalkan fitur-fiturnya, memperhatikan postingan produk serta pelayanan. Intinya lebih gencar mempromosikan Batik Reza melalui media tadi tapi tetap menerapkan strategi bauran pemasaran sebebelumnya

5.	Berapa total pembeli <i>online</i> yang ada di Batik Reza ?	Saat ini dari beberapa toko <i>online</i> Batik Reza baik di Shopee maupun Lazada, kira-kira total pembeli 60 ke atas, saya tidak tahu pasti jelasnya berapa tapi sekitar angka itu.
6.	Seberapa luas jangkauan pemasaran <i>online</i> Batik Reza ?	Konsumen baru berasal dari berbagai wilayah Indonesia, bahkan ada yang dari Malaysia. Melebarnya pemasaran ke media <i>online</i> membuat kami dapat mengatasi persaingan ketat yang terjadi di wilayah Pekalongan dan memperluas jangkauan pemasaran kami.
7.	Berapa pendapatan yang diperoleh Batik Reza dari pemasaran <i>online</i> ?.	Dari strategi pemasaran <i>online</i> , setiap harinya memperoleh 50 sampai 70 pesanan dengan kisaran total produk 100 potong lebih karena masing-masing pesanan berbeda, ada yang satu potong, 10 potong dan sebagainya. Pendapatan Batik Reza antara 30.000.000 sampai 50.000.000 perbulannya. Pendapatan tersebut berasal dari pesanan dan juga cashback dari jasa pengiriman. Kira-kira menyumbang 60 persen lebih dari total pendapatan saat ini. Untuk pendapatan terbesar diperoleh dari Lazada.
8.	Apa kendala yang dihadapi Batik Reza dalam menjalankan strategi pemasaran <i>online</i> ?	Kendala yang ada yaitu stok produk menjadi terbatas dikarenakan harus dibagi ke beberapa toko baik <i>offline</i> maupun <i>online</i> , cukup sulit beradaptasi di Shopee, di Lazada saldo penjualan tidak bisa diambil sewaktu-waktu sehingga untuk perputaran modal relatif lama.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Offline* Batik Reza

Informan	:	Ibu Nasiroh
Tempat	:	Karanganyar, Tirto
Hari, Tanggal	:	Senin, 25 Oktober 2021
Waktu	:	09.00 – 10.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di Batik Reza ?	Saya belum terlalu lama berlangganan di Batik Reza, ya masih sekitar 1 tahun belakangan.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Saya tetangga ibu Zakkiyah, tempat tinggal saya di desa Karanganyar, Tirto
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Saya sudah sering beli daster langsung ke rumah ibu Zakkiyah karena kami tetangga, tidak usah jauh-jauh ke pasar. Jadi lebih mengirit biaya transportasi dan juga tenaga saya. Tertarik dengan usaha beliau karena bisa dibeli secara ecer, harganya juga terjangkau.
4.	Bagaimana pemasaran melalui Telegram dan Whatsapp yang dilakukan Batik Reza ?	Menurut saya pribadi, terbantu dengan <i>story</i> Whatsappnya Ibu Zakkiyah. Jadi saya tahu info terkini daster Batik Reza. Jika saya mau beli cukup menghubungi beliau untuk keep barangnya tidak perlu lama-lama memilih di rumahnya
5.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	Menurut saya pribadi tidak ada kekurangan dari Batik Reza.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Offline* Batik Reza

Informan	:	Aisyah
Tempat	:	Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan
Hari, Tanggal	:	Selasa, 26 Oktober 2021
Waktu	:	10.00 – 11.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di Batik Reza ?	Saya sendiri sejak 2015 sudah menjadi pelanggan bahkan bisa disebut <i>reseller</i> Batik Reza.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Saya asli Pekalongan tepatnya Wonopringgo.
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Saya sangat tertarik pada awal beliau membuka usaha di Pasar Banjarsari. Beliau menjual produk unik balpung. Terus, semakin kesini produknya semakin lengkap dari usia anak sampai orang tua juga ada. Jadi lebih memudahkan saya. Di Batik Reza juga ada potongan harganya di saat tertentu, jadi menguntungkan saya juga
4.	Bagaimana pemasaran melalui Telegram dan Whatsapp yang dilakukan Batik Reza ?	Saya sangat terbantu dengan adanya grup Telegram Batik Reza karena banyak updatean produk. Apalagi sekarang, konsumen saya maunya ada foto cantik produk. Jadi ya saya tidak perlu susah-susah memfoto produk cukup membagikan foto dari Batik Reza saja. Terus saya juga tidak kelewatan info diskon
5.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	Saya rasa dalam hal pelayanan kurang, tidak bisa bon dahulu padahal saya sudah berlangganan lumayan lama. Karena kan modal saya juga masih muter dan tidak langsung kembali jadi agak susah kalo harus kontan semua

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Offline* Batik Reza

Informan	:	Laela Maghfiroh
Tempat	:	Sapuro, Pekalongan
Hari, Tanggal	:	Senin, 25 Oktober 2021
Waktu	:	13.00 – 14.00

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di Batik Reza ?	Alhamdulillah saya sudah berlangganan kurang lebih 4 tahun ini mbak.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Saya tinggal di Sapuro, Pekalongan.
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Selama ini saya merasa senang berbelanja disana. produknya apapun ada. Harganya juga murah, jadi bagi <i>reseller</i> seperti saya produknya cocok untuk dijual lagi
4.	Bagaimana pemasaran melalui Telegram dan Whatsapp yang dilakukan Batik Reza ?	Sejauh ini saya tidak tertarik pindah langganan ke toko lain. Soalnya Batik Reza tahu apa yang kita mau. Kita sebagai <i>reseller</i> merasa diberi kemudahan dalam mengakses produk. Sekarang tidak perlu jauh-jauh ke toko untuk mengecek daster, cukup liat grup Telegram saja. Itu juga memudahkan kita dalam menginfokan ke konsumen dengan hanya mendownloadnya tanpa perlu mengeluarkan biaya.
5.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	Saya merasa kurang puas dari segi komunikasi. Saya kan termasuknya sudah lama ya berlangganan, tetapi kurang saja dalam menjalin komunikasi dengan konsumen seperti menginfokan produk terbaru secara pribadi ataupun menanyakan tentang kekurangan produk. Komunikasi hanya terjalin saat terjadi transaksi saja.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Offline* Batik Reza

Informan	:	Dinda Yunita
Tempat	:	Kraton, Kota Pekalongan
Hari, Tanggal	:	Selasa, 26 Oktober 2021
Waktu	:	15.00 – 16.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di Batik Reza ?	Saya sudah berjalan sekitar 3 tahunan.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Saya berasal dari Wangon, Purwokerto
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Kiosnya sendiri mudah ditemukan, apalagi sekarang sudah pindah ke Pasar Darurat Patianus. Buat saya orang Purwokerto jadi tidak bingung mencari lokasinya. Produk Batik Reza lengkap ada daster, setelan, <i>longdress</i> macam-macam pokoknya, banyak diminati oleh masyarakat desa saya juga. Tidak hanya untuk ibu-ibu saja tetapi ada pula produk untuk anak-anak
4.	Bagaimana pemasaran melalui Telegram dan Whatsapp yang dilakukan Batik Reza ?	Mau Whatsapp atau Telegram keduanya membantu saya. Dari <i>story</i> saya jadi tahu updatean produk Batik Reza dan membuat saya membuka Telegram untuk mendownload foto cantik produknya sehingga lebih menghemat waktu, tenaga dan biaya saya. Selain itu, saya juga mengetahui info diskon yang diberikan.
5.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	“Menurut saya, dari segi pelayanannya agak kurang dalam hal pertukaran produk. Tidak seperti toko A yang kalau produk yang kita beli sebelumnya tidak laku maka boleh ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan di Batik Reza tidak bisa.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Online* via Lazada Batik Reza

Informan	:	Ummu Aiman
Media Wawancara	:	Google Meet
Hari, Tanggal	:	Rabu, 27 Oktober 2021
Waktu	:	13.00 -13.30 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di toko <i>online</i> Batik Reza ?	Saya sudah berlangganan sekitar 3 tahun mbak di toko Batik Reza via Lazada.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Saya berasal dari Kudus mbak
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Waktu itu saya mau merintis usaha jualan daster, jadi saya iseng cari di Lazada. Saya ketemu toko Batik Reza cuman dari pencarian kata daster jumbo. Dan memang tokonya mudah ditemukan. Terus saya <i>scroll</i> tokonya karena ratingnya bagus dan termasuk <i>strar seller</i> . Ternyata ulasannya juga bagus, saya memutuskan untuk beli, dan produknya <i>realpict</i> , bagus juga sesuai keterangan dan foto. Saya jadi berlangganan di Batik Reza karena selalu sesuai
4.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	Kekurangan Batik Reza kurang dekat aja sama konsumen. Apalagi kita kan bertemu hanya di <i>online</i> saja, jadi kalau komunikasinya kurang buat saya pribadi menurunkan rasa kepercayaan

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Online* via Lazada Batik Reza

Informan	:	Ardiyanti
Media Wawancara	:	Google Meet
Hari, Tanggal	:	Rabu, 27 Oktober 2021
Waktu	:	13.30 – 14.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di toko <i>online</i> Batik Reza ?	Saya mulai berlangganan sejak tahun 2020 di toko Nakama Collection via Lazada.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Asal saya dari Malang
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Batik Reza sering ikut kampanye setiap bulannya baik promo 5.5 , maupun hari-hari nasional jadi membuat saya tertarik untuk terus membeli produk-produknya. Ulasan produknya juga memuaskan. Harganya juga murah-murah. Pelayanan juga ramah, serta respon cepat
4.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	pelayanan ramah, cepat juga tapi kurang maksimal, soalnya dua kali saya agak kecewa karena produk lama dalam pengemasan namun tidak ada konfirmasi kenapa bisa lama.”

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Online* via Lazada Batik Reza

Informan	:	Muniroh
Media Wawancara	:	Google Meet
Hari, Tanggal	:	Rabu, 27 Oktober 2021
Waktu	:	14.00 – 14.30 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di toko <i>online</i> Batik Reza ?	Kira-kira sudah berlangganan di toko Batik Reza via Lazada dari 2 tahun yang lalu.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Saya berasal dari Bogor
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Saya rasa tidak menyesal membeli baju Batik Reza lewat Lazada. Pilihannya banyak. Sering ada promo juga, mau itu promo cuci gudang, promo gratis ongkir ataupun promo kampanye. Produknya sesuai keterangan, kualitas jahitannya rapi
4.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	Menurut saya lebih ke menjalin komunikasi dan kedekatan konsumen kurang, contohnya tidak menanyai bagaimana kepuasan kami terkait produknya secara pribadi ataupun saran kami untuk Batik Reza kedepannya.

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber Konsumen *Online* via Shopee Batik Reza

Informan	:	Indahyani
Media Wawancara	:	Google Meet
Hari, Tanggal	:	Rabu, 27 Oktober 2021
Waktu	:	14.30 – 15.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda berlangganan di toko <i>online</i> Batik Reza ?	Sudah langganan via Shopee Batik Reza sekitar 4 tahun yang lalu.
2.	Dari manakah anda berasal ?	Kalau saya sendiri asalnya Banten
3.	Apa yang membuat anda tertarik berlangganan di Batik Reza ?	Toko Batik Reza memang menarik. Produknya bermacam-macam, banyak pilihan. Pelayanannya juga bagus, cepat dalam menjawab pertanyaan saya tentang produk. Banyak diskonnya juga, ada gratis biaya pengiriman terus juga diskon kampanye Shopee tiap bulannya.
4.	Apa kekurangan dari Batik Reza ?	Batik Reza kurang aktif mengupload produk terbaru dalam halaman posting. Karena sebenarnya postingan dapat dibroadcast sehingga kita sebagai pembeli tahu updatean Batik Reza. Jadi saya sering ketinggalan info, terkadang juga kehabisan produk.

Lampiran 3

DOKUMENTASI



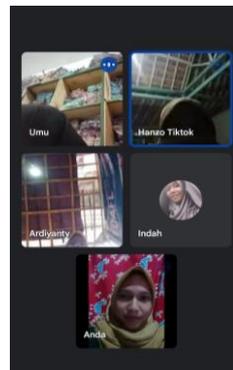
Foto bersama Ibu Zakkiyah (Pemilik dan bagian pemasaran *offline*) di kios pasar darurat Patiunus Blok E



Wawancara dengan Fahmi (bagian pemasaran *online*)



Wawancara dengan Ibu Nasiroh konsumen *offline* Batik Reza



Wawancara dengan konsumen *online* via Google Meet



Kumpulan pesanan toko *online* Batik Reza



Kios Batik Reza di Blok E Pasar darurat Patiunus



Rumah usaha Batik Reza di Desa Karanganyar



Kegiatan produksi Batik Reza



Lampiran 4



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 5 Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.iainpekalongan.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B-8534/In.30/F.IV/TL.00/10/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

21 Oktober 2021

Yth,
Pengelola Batik Reza Kabupaten Pekalongan

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Siti Khafsoh
NIM : 2013116370

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Strategi Pemasaran Melalui Media Online (Studi Kasus Pada Batik Reza Karanganyar Kecamatan Tirta Kabupaten Pekalongan)"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.


Shinta Dewi Rismawati

VISI FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM :
Menjadi Fakultas terkemuka dan kompetitif dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berwawasan keindonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036

VISI JURUSAN EKONOMI SYARIAH :
Menjadi Jurusan yang terkemuka dan kompetitif dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah berwawasan keindonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036

Lampiran 5

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Pemilik Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan menerangkan dengan sesungguhnya bahwa,

Nama : Siti Khafsoh
NIM : 2013116370
Jurusan / Fakultas : Ekonomi Syariah / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan

Yang bersangkutan tersebut di atas benar telah melaksanakan penelitian di Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul "**STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI MEDIA *ONLINE*** (Studi Kasus Pada Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan) yang dilaksanakan pada tanggal 22 Oktober sampai 1 November 2021.

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 5 November 2021
Pemilik Usaha


Zakkiyah



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418

Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Khafsoh
NIM : 2013116370
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
E-mail address : Khafsoh.sitti@gmail.com
No. Hp : 085868799384

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA *ONLINE* (Studi Kasus Pada Batik Reza Desa Karanganyar, Kecamatan Tirto, Kabupaten Pekalongan)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 11 April 2022



Siti Khafsoh)
nama terang dan tanda tangan penulis

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)