

# Strategi Rasional Bagi Pedagang Pakaian Batik di ITC Mega Grosir Kota Surabaya

Irma Damayanti

[Irma.damayanti-13@fisip.unair.ac.id](mailto:Irma.damayanti-13@fisip.unair.ac.id)

(Departemen Antropologi, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya)

---

## ABSTRACT

*Batik sellers in ITC Surabaya had to face the obstacles of trade fluctuations. The flux and reflux conditions in market caused by unfilled period between January to March; July to September; meanwhile the full period in April to Eid Mubarak; and October to December. Those affect the income of the sellers. The sellers apply rational strategies to overcome the flux and reflux conditions in market. The purposes of this study are to describe: 1) the fluctuations of Batik trading; 2) opportunities and obstacles; 3) the rational strategies applied by the sellers. This study goes to ITC Mega Grosir Surabaya because ITC is the only mall in Surabaya that applied piece and whole selling system. The method of this study uses qualitative method with observing, documenting, deep interviewing with the some sellers in Kampung Batik ITC as the direct informant who has spare time and mastering this field. The study concludes that there are the rational strategies applied by the sellers from production aspects: fund credit to deposit, stock the goods from relation, produce the goods, uses expedition services, produce the goods with some qualifications. The employment aspects are with hiring employers and families by giving daily fees. The distribution strategies in marketing area are by optimizing social media, joining exhibition, printing business card and shopping bag labels, selling the goods with piece and whole system. Improving the services by giving a uniform for employers and friendly services to customer. Meanwhile, to conquer the unfilled periods are cutting the profit, big sale for old stocks, replace the shop displays.*

**Keywords:** *Maximizing Profits, Market Fluctuations, Batik Trade Competition*

---

## ABSTRAK

Terjadinya Fluktuasi Perdagangan yang dialami oleh para pedagang batik di ITC Surabaya, kondisi pasar yang pasang surut karena adanya masa sepi dan masa ramai. Tujuan penelitian ini adalah mendeksripsikan 1) Fluktuasi Perdagangan Batik, 2) Peluang dan Kendala, 3) Strategi Rasional yang diterapkan para pedagang. Penelitian ini dilakukan di ITC Mega Grosir Surabaya karena ITC merupakan satu-satunya mall di Surabaya yang menerapkan sistem penjualan Ecer dan Grosir. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi, Dokumentasi, wawancara dengan pedagang di Kampung Batik ITC sebagai informan. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori ekonomi rasional dari popkin. Hasil menunjukkan bahwa pedagang menerapkan strategi rasional mulai dari aspek produksi yakni: permodalan dengan melakukan hutang hingga menabung, pengadaan barang yakni dengan menjalin relasi, memproduksi barang, penggunaan jasa ekspedisi, pengadaan barang dengan kualifikasi tertentu. Ketenagakerjaan yakni mempekerjakan karyawan dan keluarga, pemberian upah harian, pemotongan upah. Aspek distribusi yang menyangkut pemasaran yakni mengikuti pameran, pemanfaatan media sosial, mencetak kartu nama dan label tas belanja. Penjualan barang dengan sistem grosir dan ecer. Pelayanan yakni dengan pemberian seragam kepada karyawan, pelayanan yang ramah. Strategi yang diterapkan ketika toko sedang sepi yakni dengan mengurangi laba, sale barang lama, mengganti pajangan di toko.

**Kata Kunci:** Maksimalisasi Keuntungan, Fluktuasi Pasar, Kompetisi Perdagangan Batik.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

**B**atik telah dikenal sejak zaman majapahit dan batik pertama yang dikenal adalah melalui proses manual yakni batik tulis kemudian setelah perang dunia barulah muncul cara atau proses baru dalam pembuatan batik yakni batik cap (Musman & Arini, 2011, p. 3). Batik pada zaman dahulu merupakan mata pencaharian bagi tokoh-tokoh pedagang muslim yakni sebagai alat perjuangan dari segi ekonomi dalam melawan ekonomi Belanda, selain itu batik juga kesenian yang hanya berkembang dikalangan kerajaan atau keraton yakni sebagai pakaian para keluarga bangsawan (Musman & Arini, 2011, p. 4).

Batik merupakan warisan adiluhung Nusantara yang patut dikembangkan sehingga menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai kompetisi penjualan batik, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh banyak pihak mengenai tempat produksi batik dan para pedagang pasar mengenai strategi yang dilakukan ketika mengalami kendala-kendala tertentu baik dalam proses produksi maupun distribusi sudah banyak dilakukan. Berbagai penelitian tersebut belum membahas dan meneliti tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh pedagang

pakaian batik di ITC mall grosir kota besar ke 2 yakni Surabaya.

Batik yang memiliki pangsa pasar yang cukup luas turut mengalami pasang surut dalam penjualan di pasaran, terdapat bulan, hari dan jam-jam tertentu di mana batik mengalami peningkatan penjualan hingga mengalami penurunan penjualan ketika pada masa-masa sepi. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka pertanyaan penelitian yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah: (a) Bagaimana fluktuasi perdagangan batik di ITC Mega Grosir Surabaya? (b) Bagaimana peluang dan kendala yang dimiliki oleh para pedagang dan pengusaha pakaian batik dalam berdagang? (c) Bagaimana strategi rasional yang diterapkan oleh pedagang batik dalam berdagang untuk memperoleh keuntungan?.

Pedagang merupakan orang yang melakukan kegiatan jual beli barang kepada para konsumen yakni pembeli secara langsung maupun tidak langsung, menurut (Damsar, 1997) dalam hal ini pedagang dibedakan berdasarkan jalur distribusi yang dilakukan yakni pedagang distributor, pedagang (partai besar) dan pedagang eceran.

“Pedagang yang dimaksud dengan pedagang distributor adalah di mana pedagang memiliki atau

berwenang atas hak distribusi atas satu produk dari perusahaan tertentu, sedangkan yang dimaksud dengan pedagang partai besar adalah apabila seorang pedagang melakukan transaksi pembelian produk atau barang dalam jumlah yang besar namun dimaksudkan untuk dijual kembali kepada pedagang lainnya dan yang dimaksud sebagai pedagang eceran apabila pedagang melakukan penjualan produk kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung” (Damsar, 1997).

Berdasarkan pandangan mengenai konsep pedagang yang terbagi menjadi beberapa variasi maka dalam penelitian yang dilakukan terhadap para pedagang di ITC Mega Grosir Surabaya, peneliti menemukan variasi berikut atas pedagang pakaian batik kampung batik ITC:

**Pedagang besar:** Pedagang dalam skala besar adalah pedagang yang memiliki lebih dari lima cabang toko baik toko yang sudah dibeli maupun toko yang masih sewa dengan penghasilan rata-rata Rp 5.000.000,- per hari pada masing-masing toko, mampu mempekerjakan lebih dari 20 karyawan. Pedagang yang dimaksud bukan hanya sebagai pedagang pakaian batik melainkan juga merangkap sebagai pengusaha pakaian batik dengan memproduksi beberapa pakaian yang kemudian dijual di toko sendiri dengan pemberian label nama toko.

**Pedagang Menengah:** Pedagang dalam skala menengah adalah pedagang yang memiliki maupun menyewa kurang dari tiga toko besar guna menjual dagangannya, dengan penghasilan rata-rata Rp 4.000.000,- hari pada masing-masing toko, mampu mempekerjakan kurang dari 15 karyawan untuk membantunya berdagang. Pedagang yang dimaksud bukan hanya sebagai pedagang pakaian batik saja melainkan juga merangkap sebagai pengusaha karena sebagian besar dari pakaian batik yang dijual berasal dari hasil produksi sendiri dengan cara bekerja sama dengan pihak-pihak yang bersangkutan.

**Pedagang kecil:** Pedagang skala kecil adalah pedagang hanya menyewa stand pameran dengan pendapatan sekitar Rp 1.500.000,- per hari, memiliki kurang dari dua karyawan yang membantu menjual dagangannya, namun adapula yang merangkap sebagai pengusaha dengan memproduksi pakaian batik dalam jumlah kecil dengan cara bekerja sama dengan beberapa pihak terkait,

Terkait dengan tindakan keputusan yang diambil oleh para pemilik dalam menjalankan usaha yang dilakukan terkait dengan pilihan yang didasarkan pada logika dan rasionalitas maka peneliti menggunakan

teori strategi rasional untuk mengkaji hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Strategi rasional menurut Popkin adalah bagaimana seseorang dalam hal pengambilan keputusan didasarkan pada pertimbangan mengenai hal-hal tertentu yakni pada pertimbangan untung-rugi dan semua hal yang diperhitungkan dan diputuskan pada dasarnya didasarkan pada nilai-nilai tertentu yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan pribadi (Ahimsa-putra, 2003, p. 27).

“ Popkin beranggapan bahwa manusia adalah *homoeconomicus* atau pelaku yang rasional, yang selalu melakukan perhitungan; yang terus-menerus memperhitungkan bagaimana di tengah situasi yang dia hadapi dia dapat meningkatkan kehidupan kesejahteraannya atau paling tidak mempertahankan tingkat kehidupan yang tengah dinikmatinya” (Ahimsa-putra, 2003, p. 31).

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci bagaimana peluang dan kendala-kendala yang dialami oleh para pedagang batik selama proses berdagang serta strategi rasional yang diterapkan oleh para pedagang pakaian batik untuk memperoleh keuntungan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif yakni metode penelitian

yang menghasilkan data secara deskriptif, metode kualitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan cara dengan melakukan wawancara mendalam dengan pedagang batik ITC sebagai informan serta observasi selama kurang lebih satu tahun di kampung batik ITC Mega Grosir Surabaya. Peneliti memilih lokasi ini dengan beberapa pertimbangan setelah peneliti melakukan observasi, yakni ITC dikenal sebagai mall dengan sebutan Mega Grosir, mall yang menawarkan barang dengan sistem grosir membuat harga lebih terjangkau.

Peneliti mengalami kendala ketika mencari informan mengingat informan yang dicari oleh peneliti adalah pedagang dan bukan pegawai, peneliti harus melakukan pembelian batik pada awal proses pencarian informan hal tersebut dilakukan oleh peneliti agar peneliti lebih mudah untuk memperoleh informasi tentang batik dan para pedagang melalui para pegawai yang berjaga. Langkah pemilihan informan adalah secara *purposive* (sengaja), dalam metode kualitatif tentunya menggunakan seorang informan yakni pedagang yang telah dipilih secara *purposive* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Kriteria informan yang baik menurut

Spradley adalah sebagai berikut: (a) Enkulturasasi Penuh, (b) Keterlibatan langsung, (c) Cukup Waktu (Spradley, 1997, p. 62). Peneliti memperoleh 4 informan yang terdiri dari pedagang skala besar, sedang dan kecil.

## **Hasil dan pembahasan**

### **Peluang Bagi Pedagang Batik di ITC.**

Semua orang berkesempatan memiliki peluang untuk memperoleh hasil yang terbaik, Sama halnya dengan pengusaha pakaian batik di ITC Mega Grosir Surabaya yang mencoba memanfaatkan peluang sukses untuk berdagang pakaian batik di kampung batik ITC.

Dikenalnya ITC sebagai tempat penjualan batik dengan harga yang terjangkau dengan sistem grosir pula memberikan peluang usaha yang baik bagi setiap pedagang ketika berjualan di ITC.

Peluang penjualan pakaian batik bagi para pengusaha cukup besar didorong oleh adanya perkembangan penggunaan pakaian batik saat ini bagi semua kalangan. Model dan motif batik terkini terkadang mengalami pergantian namun tidak semua pengunjung atau customer mengerti model dan motif batik terkini atau yang sudah lewat masa kekiniannya, menurut para informan

mengenai minat pengunjung ketika melakukan pembelian pakaian batik adalah hanya didasarkan bagus tidaknya motif dan model bukan sekedar mencari dan benar-benar tahu model dan motif batik terkini yang ada di pasaran

### **Kendala yang Dialami oleh Pedagang**

#### **Pakaian batik.**

##### **(A) Permodalan.**

Keterbatasan jumlah modal yang dimiliki oleh para pedagang sangat berpengaruh bagi keberlangsungan usaha yang digeluti. Para pedagang memiliki modal yang diperoleh dari berbagai sumber yakni melalui pinjaman atau hutang hingga bersumber dari kekayaan pribadi, modal yang diperoleh baik melalui pinjaman maupun yang berasal dari kekayaan pribadi tidak selalu dapat menutup semua kebutuhan atau pengeluaran yang dihasilkan dari usaha yang telah digeluti menuntut pedagang agar dapat memutar modal yang dimiliki agar tidak mengalami gulung tikar.

Pengelolaan Administrasi Keuangan Terbatas yakni dimana Semua pedagang masih menggunakan cara manual yang rawan akan kesalahan penghitungan dengan cara melakukan pencatatan penghasilan yang diperoleh masing-masing toko setiap harinya.

### **(B)Musim Sepi .**

Menurut para pemilik toko batik terdapat hari-hari tertentu ramainya pembeli yakni pada hari weekend sabtu dan minggu dan ada bulan bulan tertentu bagi kejayaan mereka seperti bulan Desember yang merupakan bulan musim pernikahan dan menjelang hari raya. Dilain sisi selain terdapat bulan ramai penjualan juga terdapat hari dimana sepi penjualan yakni setelah hari raya, namun tetap saja tidak luput dari gejolak ekonomi dan pasar terkadang prediksi yang dilakukan oleh para pedagang dalam memprediksi tercapainya target kerap salah yakni ketika sudah yakin bahwa hari dan bulan yang diprediksi akan mengalami ramai pembeli namun malah sebaliknya yakni jumlah pembeli tidak sebanyak yang dibayangkan seperti pengalaman-pengalaman sebelumnya.

**(C) Homogenitas Barang Dagangan.** Pusat *kulak* barang yang sama menimbulkan masalah bagi para pedagang batik yakni ketika barang yang diperoleh relative sama membuat saingan bertambah banyak pula karena barang yang dijual relatif sama, belum lagi ketika harga jual yang ditawarkan selisih lebih mahal sedangkan saingan lainnya menawarkan harga dengan selisih lebih murah dapat membuat mereka menurunkan harga dagangan yang telah

mereka tentukan atau bahkan kehilangan pembeli. Selisih kurang dari 5rb rupiah dapat berakibat fatal bagi penjualan barang dagangan mereka.

### **(D) Stock Barang yang Terbatas.**

Tingginya minat pembeli terhadap barang dagangan tertentu membuat jumlah penjualan meningkat tetapi karena tingginya minat dan permintaan terhadap barang tertentu membuat kelengkapan barang berkurang tentunya sehingga hal ini mendorong para peadgang untuk memiliki *stock* dalam jumlah banyak. Tingginya minat terhadap barang tersebut mendorong para pembeli untuk mendapatkan barang sesuai dengan apa yang diharapkan, namun ketika barang yang diminati oleh calon pembeli tidak tersedia dan calon pembeli tidak mau mengganti pilihannya maka para oedagang harus bersiap untuk kehilangan calon pembeli karena pembeli beralih ke toko lain.

### **(E) Ketenagakerjaan.**

Kendala yang dialami oleh pedagang kecil adalah minimnya modal untuk mempekerjakan pegawai dalam jumlah yang dibutuhkan sehingga pedagang lebih banyak menghabiskan waktu untuk menjaga dan mengurus semua dagangannya. Kendala yang dialami oleh pedagang skala besar

adalah budaya karyawan tidak masuk tanpa izin dapat menyulitkan pedagang untuk mengatur toko karena pada dasarnya pedagang sudah menyusun formasi karyawan untuk menjaga toko.

### **Strategi Rasional Bagi Pengusaha Pakaian Batik.**

#### **Strategi Produksi.**

##### **1) Permodalan**

Modal dapat diperoleh dari berbagai sumber, menurut hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap pemilik toko batik yang batik berskala besar hingga berskala kecil masing-masing mengandalkan modal dari berbagai sumber ketika mereka mengalami kesulitan modal, hal ini dilakukan untuk memperoleh dan memenuhi segala kebutuhan agar usaha yang mereka geluti tetap berjalan. Berikut merupakan sumber modal yang digunakan oleh beberapa pemilik stand batik di ITC: **(A) Jasa Perbankan** :contoh kasus: S melakukan peminjaman uang kepada bank melalui mertua dengan nominal Rp. 30.000.000,- dengan menggadaikan surat tanah Peminjaman uang ke bank pada dasarnya dikenakan bunga namun dengan melakukan peminjaman S dapat memperoleh pinjaman dalam jumlah besar disertai pembayaran dalam jangka waktu tertentu, S peluang untuk mengembangkan usaha. **(B) Jasa**

**Pegadaian**, Salah satu informan bernama L mengandalkan pegadaian yang sebagai alternative untuk memperoleh pinjaman modal yakni dengan cara menggadaikan benda berharga seperti emas, Mengenai tindakan keputusan yang diambil oleh L merupakan tindakan yang diperhitungkan untung ruginya setidaknya melakukan peminjaman ke pegadaian dengan menggadaikan perhiasan dapat memudahkan L memperoleh uang pinjaman dengan hanya menggadaikan perhiasan dan tanpa persyaratan yang rumit hanya dengan membayar biaya administrasi. **(C) Jasa Bank Titil**, *Bank titil* merupakan bank keliling yang biasanya dijalankan oleh orang-orang yang memiliki modal dalam jumlah banyak yang kemudian membuka jasa peminjaman uang tanpa jaminan apapun, jasa *bank titil* biasa digunakan oleh pedagang kecil sebagai contoh adalah pak S. **(D) Uang Tandon**, merupakan uang tabungan, apabila ada uang lebih dari hasil penjualan maka akan dimasukkan ke dalam uang tabungan yang mereka sebut sebagai *uang tandon*. Penggunaan *uang tandon* merupakan tindakan menguntungkan bagi L karena uang tandon merupakan pertolongan pertama bagi L ketika sedang membutuhkan uang, uang tandon merupakan uang yang notabennya merupakan uang tabungan yang

dapat diambil kapanpun ketika sedang diperlukan. Uang tandon memang dikhususkan untuk kebutuhan toko, sehingga penggunaan uang tandon menghalangi untuk melakukan pinjaman modal di luar yakni pinjaman yang dapat dikenakan biaya bunga serta harus menggadaikan surat atau harta benda pribadi. **(E) Jasa Arisan**, Dua diantara empat informan menggunakan arisan sebagai alternative untuk memutar modal yakni L dan S. Arisan digunakan sebagai alternative untuk memutar modal guna keperluan-keperluan yang dibutuhkan terutama bagi keperluan yang membutuhkan banyak biaya.

## **2) Strategi Pengadaan Barang.**

### **(A) Menjalin Relasi dengan Agen**

#### **Pertama (Agen Pakaian Jadi)**

: Mayoritas pemilik memiliki lebih dari 2 agen tetap yang dipilih serta dipercaya menjadi *supplier stock* barang dagangan. Relasi yang dibangun oleh para pemilik dengan agen pada awalnya didasarkan pada seleksi jenis, kualitas barang beserta sistem pembayaran yang diberlakukan oleh para agen. L sebagai pemilik toko batik dengan skala yang cukup besar memiliki lebih dari 25 agen untuk memenuhi *stock* barang di

toko, sedangkan dua informan dengan usaha dalam skala kecil yakni S dan Mw hanya memiliki empat agen. Pemilihan agen berdasarkan barang, yakni dengan melihat bagaimana kualitas bahan, model-model barang yang diperoleh dari para agen serta dilihat dari cepat tidak lakunya barang. Para pemilik tentu akan mencari barang dengan harga murah namun dengan kualitas yang baik dengan model-model yang bagus dan tren, serta lamanya barang laku terjual.

**Kedua (Konveksi)** : Pada proses pengadaan barang tidak semua pedagang mengandalkan agen pakaian batik jadi, tiga dari informan melakukan produksi barang sendiri untuk kemudian dijual kembali sehingga mereka menjalin hubungan dengan usaha-usaha konveksi yang ada.

**Ketiga (Agen Bahan)** : Agen bahan merupakan orang yang menjual bahan-bahan dasar pembuatan pakaian, salah satu informan yang bernama mba Dw menjalin relasi dengan penjual bahan, batik yang dijual oleh mbak Dw mayoritas merupakan hasil dari produksi sendiri. Mbak Dw menjalin relasi dengan agen bahan yang bersedia percaya kepadanya dengan memberikan pinjaman dengan jangka waktu yang cukup lama. Mbak Dw tidak menerima kerja sama dengan agen bahan apabila

jangka waktu hutang bahan yang ditawarkan hanya satu atau dua bulan saja, karena dalam proses pengumpulan modal untuk membayar hutang kepada agen bahan membutuhkan proses dan waktu yang cukup lama.

#### **(B) Memproduksi Barang**

**Sendiri :** Pada proses pengadaan barang tidak semua pemilik stand batik mengandalkan agen pakaian batik jadi sebagai pensupply barang utama, 3 dari 4 informan memilih untuk memproduksi pakaian batik sendiri. Memproduksi pakaian batik sendiri bertujuan agar batik yang dijual memiliki model yang berbeda dengan stand atau toko yang mengandalkan agen pakaian batik jadi dengan barang dan motif yang mayoritas sama. Langkah pemilik dengan memproduksi batik sendiri bertujuan untuk memperluas peluang penjualan barang dagangan.

#### **(C) Pengadaan Barang**

**dengan Kualifikasi Tertentu.** Pemilihan Pakaian batik yang dijual oleh L, pemilihan barang lebih kepada pakaian batik sogan, kemeja, pakaian landung yang diminati oleh para ibu-ibu sedangkan mbak Dw memilih model batik yang diproduksi sendiri lalu dijual di toko yang beliau miliki adalah batik dengan model tunic yakni semi pakaian muslim dengan panjang pakaian hingga

menutupi pantat dan lengan yang panjang, sama halnya dengan Mw yang lebih memilih memproduksi barang yang dipakai ibu-ibu. Berbeda dengan ketiga informan lain, kali ini S memilih batik yang dijual lebih kepada model pakaian anak-anak. S lebih memilih melakukan kula' dengan model pakaian anak-anak karena beranggapan lebih memiliki saingan yang sedikit dibandingkan dengan menjual batik untuk dewasa.

#### **(D) Penggunaan Jasa**

**Ekspedisi.** Penggunaan ekspedisi dengan biaya yang murah diambil sebagai pilihan utama untuk melakukan pengiriman barang, walaupun penggunaan ekspedisi murah memiliki jangka waktu sampainya pakaian batik cukup lama namun penggunaan ekspedisi dengan tarif yang cukup murah ini dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi para pemilik yakni dapat menghemat biaya pengeluaran toko. Namun dilain sisi penggunaan ekspedisi dengan tarif yang cukup mahal pada waktu tertentu namun jangka waktu pengiriman cukup cepat dapat memudahkan pemilik agar lekas memperoleh pakaian pakaian batik yang telah dipesan.

### **3) Strategi Ketenagakerjaan.**

#### **(A) Mempekerjakan Anggota**

**Keluarga dan Karyawan.** Semua informan

mempekerjakan anggota keluarga, kerabat dan karyawan. Keuntungan yang diperoleh ketika mempekerjakan anggota keluarga yang tidak dibayar tentunya pemilik tidak perlu mengeluarkan uang untuk menggaji, mempekerjakan anggota keluarga yang tidak dibayar ataupun mempekerjakan anggota keluarga yang dibayar bagi mereka anggota keluarga sendiri dianggap sudah pasti jujur dalam bekerja sehingga tidak mungkin mencurangi usaha yang dijalankan. Adapula yang membayar tenaga kerja dengan harga murah tentunya untuk meminimalkan pengeluaran usaha namun tetap dapat memiliki pegawai untuk membantu menjaga dagangan yang dimiliki.

**(B) Menyediakan Konsumsi Secara Gratis.** Dua dari informan yang memiliki usaha dalam skala yang cukup besar memberikan fasilitas kepada para pegawai berupa makanan gratis yang dibagikan hampir setiap hari. Bila dilihat dari jam kerja yang berlaku di toko yakni sesuai dengan jam kerja mall yang cukup panjang pemberian fasilitas berupa makanan atau snack secara Cuma-Cuma yang dilakukan oleh para pemilik memiliki kemungkinan untuk mencegah para pegawai melakukan protes karena gaji yang diberikan tidak sebanding dengan jam kerja yang cukup panjang.

**(C) Pemberian Gaji dengan Sistem Harian.** Tiga dari empat informan memberikan gaji kepada pegawai dengan sistem gaji harian, pemberian gaji dengan sistem harian yang diterapkan oleh masing-masing pemilik cukup bervariasi berdasarkan standart gaji yang telah ditentukan oleh masing-masing toko. penerpan sistem gaji oleh pemilik dengan sistem gaji harian memudahkan para pemilik untuk membayar gaji pegawai secara berangsur setiap harinya dibandingkan dengan sistem bulanan yang langsung memberikan pembayaran gaji dengan nominal yang besar.

**(D) Pemotongan Upah Kepada Karyawan yang Tidak Masuk.** L menerapkan Pemotongan upah kepada karyawan yang tidak masuk, Tindakan melakukan pemotongan gaji senilai 30rb/hari kepada pegawai yang tidak masuk kerja baik yang sudah memiliki izin libur maupun tidak memiliki izin untuk libur bekerja sangat menguntungkan bagi pemilik karena potongan yang diberikan cukup besar, sedangkan hal tersebut diterapkan bagi pegawai yang sudah memiliki izin libur maupun yang tidak memiliki izin libur.

## **Strategi Distribusi**

### **1) Strategi Penjualan Barang**

Semua informan menerapkan sistem penjualan secara ecer dan grosir. Penjualan ecer merupakan salah satu cara pemilik untuk memperoleh keuntungan besar, mayoritas pembeli banyak yang membeli dengan pembelian satuan atau ecer. Pemilik menerapkan standart keuntungan yang diperoleh dalam penjualan batik secara ecer yakni mulai dari 30% hingga 50% atau bahkan lebih dari harga pokok pembelian barang atau produksi barang. Sedangkan keuntungan yang diperoleh dari penjualan perpakaian apabila dengan melakukan penjualan dengan sistem grosir tidak sebanyak melakukan penjualan dengan sistem ecer karena menurut informasi yang diperoleh dari informan, penjualan dengan sistem grosir menerapkan sistem pemotongan harga.

### **2) Strategi Pemasaran**

#### **(A) Mengikuti Pameran:**

Berdasarkan dari keterangan yang diperoleh dari tiga informan yang mengikuti pameran sebagai bentuk tindakan rasional yang diambil oleh para pemilik guna melakukan penjualan batik di luar toko terdapat sebuah indikasi atau dorongan

untuk memperoleh peluang lebih ketika melakukan pameran.

#### **(B) Memanfaatkan Media Sosial:**

S merupakan salah satu pedagang yang memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran barang dagangan yakni dengan memanfaatkan BBM dan WA dengan cara mengupload barang dagangan yang baru datang atau barang dagangan yang ia miliki bukan hanya mengupload foto barang yang ditawarkan namun juga menggunakan foto barang dagangan sebagai foto profil. Pemanfaatan perkembangan sosial media oleh para pengusaha ataupun pedagang merupakan suatu tindakan yang rasional hal ini dikarenakan pemanfaatan sosial media sebagai ajang pemasaran atau pengenalan usaha tanpa dipungut biaya pemasaran untuk mengenalkan usaha yang digeluti serta dapat memancing customer dari dunia maya selain customer yang ada di toko.

#### **(C) Pencetakan Media Promosi Kartu**

##### **Nama dan Label pada Tas Belanja**

Cara promosi yang dilakukan oleh pemilik toko batik adalah dengan memperhatikan hal yang tergolong kecil namun sangat bermanfaat untuk pengenalan nama toko yang dimiliki, yakni dengan cara mencetak kartu nama dengan diberikan

keterangan nama toko, blok toko, alamat mall beserta kontak pribadi pemilik toko. selain kartu nama juga menerapkan pemberian label pada tas belanja yang diberikan kepada konsumen. Tidak semua pemilik menerapkan cara pengenalan usaha seperti dari empat informan yang ada hanya satu orang yang menerapkan cara pengenalan toko seperti, informan tersebut adalah mbak Dw dengan memiliki dua toko besar dan stand pameran yang memiliki nama toko yang berbeda maka masing-masing toko memiliki kartu nama dan label yang berbeda namun disertai dengan kontak pribadi mbak Dw dan suami. Tindakan yang dilakukan mbak Dw merupakan tindakan yang menguntungkan bagi toko, walaupun mbak Dw harus mengeluarkan biaya untuk melakukan cetak kartu nama dan cetak label pada kantong plastic belanja yang digunakan toko namun dengan ini mbak Dw mengenalkan toko mereka melalui kartu nama dan kantong plastic dibandingkan dengan memasang iklan yang hanya sementara dan merogoh kocek lebih.

### **3) Strategi Pada Saat Musim Sepi**

#### **(A) Mengurangi Margin Laba**

Para pemilik melakukan penurunan harga sebagai salah satu upaya agar toko yang dikelola tetap melakukan

penjualan walaupun dengan memperoleh laba yang sedikit. Seperti yang dilakukan oleh mbak Dw yakni beliau akan melakukan tawar menawar dengan menyebutkan harga utama namun ketika calon pembeli tidak mau membeli dengan harga yang disebutkan maka pemilik akan menyebutkan atau memberikan komando kepada para pegawai untuk menurunkan harga agar calon pembeli tidak keluar toko tanpa membeli batik satupun. Dengan melakukan penurunan harga setidaknya toko tetap melakukan penjualan dalam perharinya, penurunan harga ditujukan agar para pembeli segan melakukan pembelian di toko dengan harga yang murah dengan melakukan tawar menawar.

#### **(B) Sale Barang Secara Periodik**

Salah satu upaya yang dilakukan ketika toko dalam keadaan sepi adalah dengan melakukan sale terhadap pakaian-pakaian batik *stock* lama atau batik yang kurang laku merupakan salah satu cara untuk menarik pembeli ketika toko sedang sepi pada saat-saat tertentu, misal pada bulan sepi periode pertama yakni pada bulan Januari- Maret. Para pemilik menerapkan sale dengan harga maksimal harga pokok sehingga mereka tidak mengalami kerugian dan mereka juga dapat menjual barang *stock* lama. Tindakan melakukan sale yang

diterapkan oleh pemilik merupakan tindakan yang dilakukan untuk menghindarkan diri dari kerugian yakni ketika barang tidak laku maka mereka mengalami kerugian karena uang yang digunakan sebagai modal tidak kembali dalam bentuk uang, batik bagi para pemilik merupakan uang yang beku maka ketika batik dapat laku terjual maka uang yang digunakan sebagai modal setidaknya dapat kembali walaupun harus menjual barang dagangan dalam keadaan yang hanya memperoleh keuntungan yang sedikit hingga bahkan mengalami kerugian. Hal tersebut ditujukan agar batik yang tidak laku dalam jangka waktu yang lama dapat segera terjual.

#### **(C) Mengganti Pajangan di Toko**

Strategi yang demikian telah dilakukan oleh mbak Dw selaku pemilik 2 toko batik yang cukup besar serta beberapa stand pameran di ITC Surabaya, mbak Dw tidak pernah berpikiran aneh-aneh tentang kondisi toko yang sepi yakni semisal dikirim gangguan berupa hal-hal yang gaib melainkan mbak Dw hanya memikirkan akan mengganti semua pajangan di toko karena barang display di toko dianggap akan mempengaruhi minat pembeli untuk berbelanja.

#### **4) Strategi Pelayanan**

##### **(A) Memberikan Seragam kepada Karyawan**

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan penggunaan seragam bagi karyawan toko batik sangat jarang dan mayoritas pegawai hanya menggunakan pakaian bebas tidak berseragam, namun berbeda dengan karyawan pada toko Amalia batik yakni toko yang dimiliki oleh L dengan usaha dalam skala yang cukup besar dan memiliki 8 cabang toko. L memberikan seragam dengan warna dominan hitam dan warna merah pada baju bagian dada dilengkapi dengan bordiran nama masing-masing pegawai. Penggunaan seragam merupakan salah satu tindakan rasional hal ini dikarenakan penggunaan seragam dapat memudahkan pelanggan untuk menemui atau bertanya kepada pegawai toko, sedangkan toko yang tidak memberikan seragam pada pegawainya terkadang berimbas pada pembeli kesulitan untuk mencari dan bertanya kepada pegawai asli toko.

##### **(B) Pelayanan yang Ramah Kepada Pembeli**

Senyum merupakan sambutan utama, Menggunakan kata mari silahkan untuk menarik pelanggan adalah cara yang

lumayan ampuh untuk menarik customer yang lewat agar berhenti sejenak untuk melihat barang dagangan atau bahkan agar bersedia berkunjung ke toko. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan Penggunaan kata mari silahkan hampir dilakukan oleh semua pegawai namun tidak semua pegawai memberikan Senyuman kepada pengunjung yang lewat Penggunaan kata mari silahkan dan senyuman merupakan tindakan rasional yang dilakukan oleh pegawai maupun toko karena hal ini dapat menarik perhatian pengunjung untuk berkunjung ke toko dan menimbulkan rasa nyaman terhadap para pengunjung karena sambutan yang baik dari pegawai ataupun pengusaha.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan para pegawai hingga pengusaha di toko batik dari 4 informan menggunakan sebutan-sebutan tertentu bagi customer mereka seperti penggunaan panggilan bunda, adik, kakak, bapak selayaknya pemanggilan kepada anggota keluarga dekat disertai dengan nada yang cukup halus.

Para pegawai memanggil setiap orang yang lewat di depan stand mereka dengan panggilan-panggilan layaknya seorang anggota keluarga. Tindakan tersebut merupakan tindakan rasional yang mendorong toko untuk memiliki peluang

yakni membuat para pengunjung yang lewat setidaknya menoleh dan melihat toko hingga berkenan masuk ke dalam toko untuk melihat barang dagangan yang dijual dibanding dengan toko yang memiliki pegawai tanpa merespon pengunjung yang lewat yakni dengan hanya berdiam diri di depan toko.

Para pedagang dan pemilik sangat peduli terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut terlihat dengan ketelatenan ketika melayani calon pembeli.

## **SIMPULAN**

Fluktuasi pasar sangat berpengaruh terhadap penghasilan yang diperoleh para pedagang di mana terdapat masa-masa sepi dalam periode tertentu yakni pada bulan Januari hingga Maret kemudian pada bulan menjelang akhir tahun yakni mulai dari Juli hingga Agustus. Bulan ramainya pembeli sekitar pada bulan April hingga menjelang Lebaran dan ramai kembali dimulai dari bulan Oktober menjelang Desember.

Harga yang mayoritas dapat terjangkau dengan batik yang cukup bagus membuat banyak orang berburu pakaian batik di ITC sebagai pilihan alternative dari keinginan membeli pakaian batik tulis yang cenderung memiliki harga yang cukup

mahal dan tidak dapat dijangkau bagi beberapa kalangan. Batik juga merupakan pakaian yang tak terbatas masa karena dalam perkembangannya saat ini batik digunakan oleh semua kalangan baik kalangan para orang tua hingga anak muda.

Kendala yang dialami oleh para pedagang adalah terbatasnya modal, pengolaan administrasi yang terbatas, musim sepi, barang yang relative sama, keterbatasan *stock*.

Pedagang menerapkan strategi rasional mulai dari aspek produksi yakni: permodalan dengan melakukan hutang hingga menabung, pengadaan barang yakni dengan menjalin relasi, memproduksi barang, penggunaan jasa ekspedisi, pengadaan barang dengan kualifikasi tertentu. Ketenagakerjaan yakni mempekerjakan karyawan dan keluarga, pemberian upah harian. pemotongan upah. Aspek distribusi yang menyangkut pemasaran yakni mengikuti pameran, pemanfaatan media sosial, mencetak kartu nama dan label tas belanja. Penjualan barang dengan sistem grosir dan ecer. Pelayanan yakni dengan pemberian seragam kepada karyawan, pelayanan yang ramah. Strategi yang diterapkan ketika toko sedang sepi

yakni dengan mengurangi laba, sale barang lama, mengganti pajangan di toko.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-putra, H. S. (2003). *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik*. Yogyakarta: KEPEL PRESS.
- Damsar. (1997). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Musman, A., & Arini, A. B. (2011). *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. (M. N. Kenyar, Ed.). Yogyakarta: G-Media.
- Spradley, J. P. (1997). *Metode Etnografi*. (Amirudin, Ed.). Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.

.