

BAB II

GAMBARAN UMUM GRIYA BATIK MAS

2.1 Profil Perusahaan

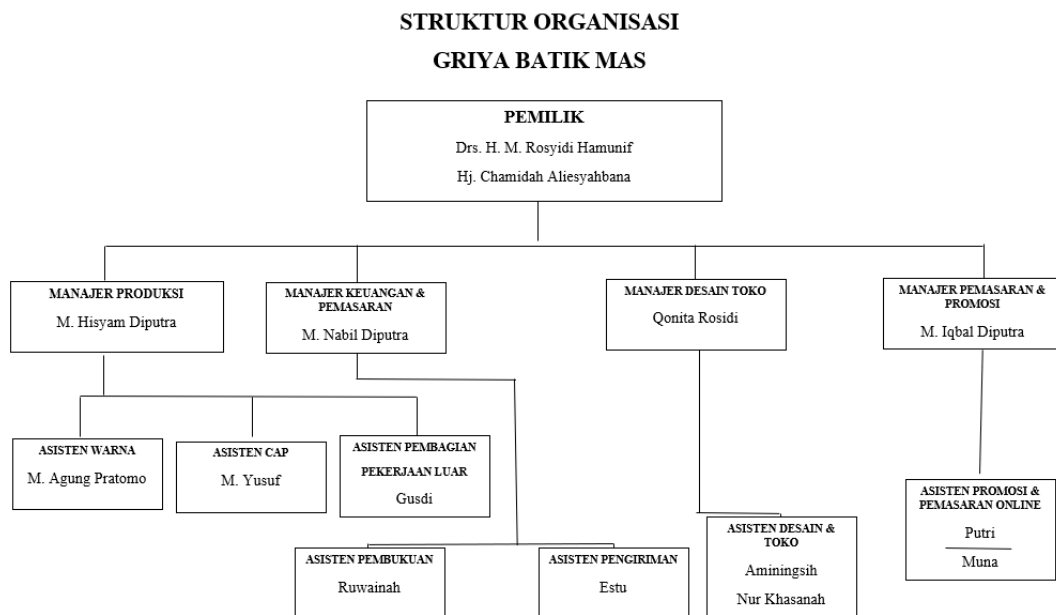
Griya Batik Mas merupakan salah satu merek merek usaha batik di Kota Pekalongan. Berpusat pada Kampung Batik Kauman Kota Pekalongan, telah didirikan pada tahun 1997 oleh Bapak Drs. H. Rosyidi Hamunif. Griya Batik Mas merupakan usaha yang turun temurun, saat ini usaha Griya Batik Mas diturunkan ke dua putranya yaitu Bapak Nabil Diputra SE dan Bapak Hisyam. Griya Batik Mas menjual batik khas dari pekalongan yaitu batik pesisir, batik sutera, batik katun dengan motif khas Pekalongan yaitu motif jlamprang, encim, buketan dan motif baru lainnya. Griya Batik Mas menjual produknya dalam bentuk bahan maupun pakaian jadi. Saat ini pakaian muslim atau baju muslim menjadi trend fashion, sehingga Griya Batik Mas menjual pakaian gamis batik, dress tunik dan blouse dengan motif batik yang pantas untuk dikenakan wanita muslimah. Alamat toko Griya Batik Mas berada di Jalan KH Wachid Hasyim Kauman GG I, Kota Pekalongan, Jawa Tengah, 51127. Saat ini Griya Batik Mas telah memiliki jumlah karyawan sejumlah 45 orang. Perjalanan Griya Batik Mas menghasilkan pencapaian terbaik yaitu memperoleh peringkat juara karnaval selama tahun 2014, 2015 dan 2016.

Hingga saat ini Griya Batik Mas telah menjangkau penjualan dalam cakupan yang luas yaitu:

- Dalam Negeri : Hampir ke seluruh pulau jawa, Bali hingga Kalimantan
- Luar Negeri : Malaysia, Thailand, Singapura, Philipina, Myanmar, Belanda

Upaya yang dilakukan oleh Griya Batik Mas dalam memberikan produk yang berkualitas adalah dengan memberikan pilihan bahan yang bermacam-macam dari harga yang terjangkau hingga mahal. Semakin mahal bahan maka akan semakin tahan lama dan tidak mudah robek. Warna yang digunakan warna sintetis yang tahan lama dan warna yang menyala. Model yang diberikan bervariasi sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen. Selain itu, dalam menetapkan harga, Griya Batik Mas berdasarkan kerumitan pembuatan batik serta bahan yang mahal. Harga yang ditetapkan tidak merusak pasar sehingga memiliki nilai yang wajar dan normal. Harga bervariasi dari yang murah dapat dijangkau hingga harga yang mahal untuk sasaran orang kalangan atas. Pada kualitas pelayanan, Griya Batik Mas memiliki toko pusat dimana dalam melayani konsumen, diberikan ruang tunggu yang nyaman serta setiap konsumen dilayani oleh satu karyawan sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

2.2 Struktur Organisasi Griya Batik Mas



Sumber: Data internal Griya Batik Mas, 2024

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Batik Griya Mas

2.3 Logo Griya Batik Mas



Sumber: Data internal Griya Batik Mas, 2024

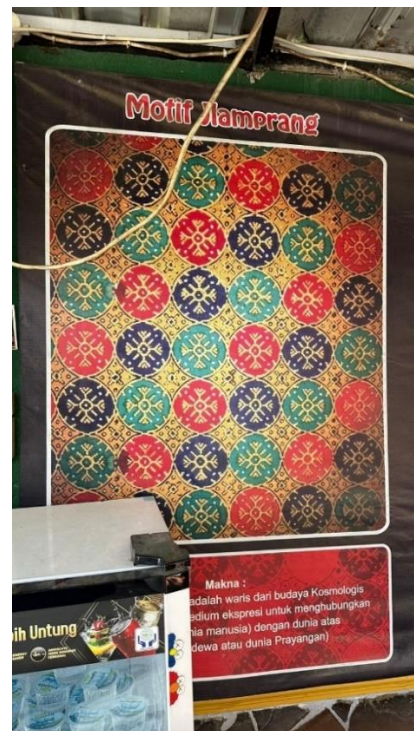
Gambar 2.2 Logo Batik Griya Mas

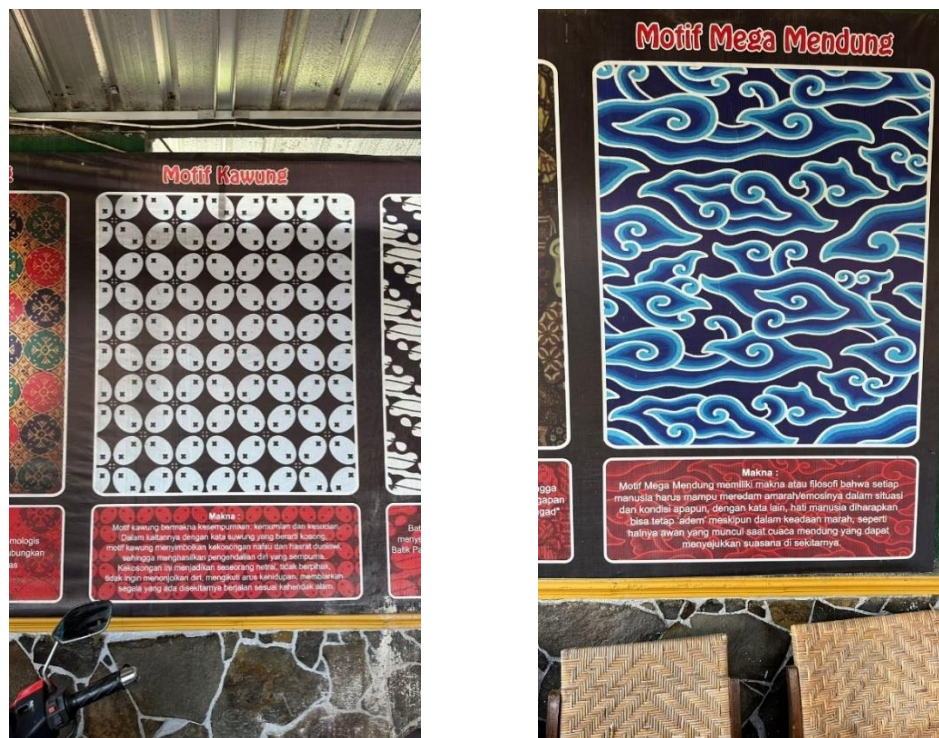
Arti Logo :

- Logo yang berbentuk seperti bunga sedang mekar menggambarkan harapan agar perusahaan Griya Batik MAS semakin berkembang.
- Kelopak besar pertama menggambarkan perusahaan keluarga yang di rintis oleh orang tua, sedangkan kelopak 4 pada bagian bawahnya menggambarkan perusahaan dikembangkan oleh 3 putra dan 1 putri pendiri perusahaan Griya Batik MAS
- Selain itu nama dari 'MAS' merupakan singkatan dari Mimiek Alie Syahbana selaku nama dari pemilik perusahaan.

2.4 Motif Batik di Griya Batik Mas







Gambar 2.3 Motif Batik yang Diproduksi Griya Batik Mas

2.5 Identitas Responden

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan klasifikasi gender yang merupakan konsumen dari Griya Batik Mas. Adapun jenis kelamin responden yang merupakan responden Griya Batik Mas ditunjukkan pada tabel 2.3 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	66	66%
2.	Laki-Laki	34	34%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan perempuan dengan persentase 66%, sedangkan jenis kelamin responden laki-laki

pada persentase 34%. Hal ini menandakan mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kedewasaan responden dalam mengambil keputusan untuk membeli produk Griya Batik Mas. Adapun usia responden ditunjukkan pada tabel 2.4 sebagai berikut:

Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18 – 23 tahun	24	24
2.	24 – 29 tahun	26	26
3.	30 – 35 tahun	28	28
4.	36 – 41 tahun	6	6
5.	42 – 47 tahun	2	2
6.	48 – 53 tahun	11	11
7.	54 – 59 tahun	3	3
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, paling banyak responden berusia 30-35 tahun sejumlah 28%, kemudian responden dengan usia 24-29 tahun sebanyak 26% tahun, serta responden berusia 18 – 23 tahun sebanyak 24% responden. Namun demikian, terdapat representasi dari setiap kelompok umur.

2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Domisili merupakan keterangan alamat tempat tinggal para responden yang menentukan jangkauan dan pertimbangan untuk mengunjungi Griya Batik Mas. Adapun domisili responden berdasarkan kecamatan di Kota Pekalongan yang ditunjukkan pada tabel 2.5 sebagai berikut:

Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

No.	Kecamatan	Jumlah	Persentase
1.	Pekalongan Barat	25	25
2.	Pekalongan Selatan	27	27
3.	Pekalongan Timur	28	28
4.	Pekalongan Utara	20	20
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.5 menunjukkan bahwa domisili responden berasal dari Kecamatan Pekalongan Timur yaitu 28% responden, kemudian responden berasal dari Kecamatan Pekalongan Selatan sejumlah 27% responden, Kecamatan Pekalongan Barat sejumlah 25% responden serta Kecamatan Pekalongan Utara sebanyak 20% responden. Representatif responden dari seluruh kecamatan di Kota Pekalongan relatif merata.

2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir merupakan jenis pendidikan formal yang terakhir telah diselesaikan oleh para konsumen Griya Batik Mas. Adapun jenis pendidikan terakhir responden penelitian ini ditunjukkan pada tabel 2.6 sebagai berikut:

Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SMA/Sederajat	23	23
2.	Diploma	14	14
3.	Sarjana	63	63
4.	Pasca sarjana	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.6 dapat terlihat bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir sebagai tamatan Sarjana sejumlah 63 responden, selanjutnya lulusan diploma sebesar 14 responden dan lulusan SMA/Sederajat masing-masing

23 responden. Hal ini menandakan bahwa konsumen Griya Batik Mas mayoritas memiliki pendidikan terakhir sarjana dengan segala kalangan pendidikan terakhir memiliki representatif masing-masing.

2.5.5 Identitas Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan salah satu kegiatan aktif yang dilakukan oleh responden dalam periode tertentu yang menghasilkan pendapatan. Adapun jenis pekerjaan responden ditunjukkan pada tabel 2.7 sebagai berikut:

Tabel 2.5 Identitas Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS/TNI/POLRI	5	5
2.	Pegawai swasta	50	50
3.	Wiraswasta	19	19
4.	Mahasiswa	14	14
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.7 terlihat bahwa mayoritas pekerjaan yang dilakukan oleh responden yakni karyawan swasta sebanyak 50% responden. Namun demikian terdapat representatif dari kalangan lainnya seperti pada kalangan pekerja lainnya seperti wiraswasta sebanyak 19% responden, mahasiswa sebanyak 14% responden., dan PNS/TNI/POLRI sebanyak 5% responden.

2.5.6 Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan

Rata-rata penghasilan merupakan suatu imbalan atas balas jasa dari pekerjaan yang dilakukan oleh para konsumen Griya Batik Mas dalam kurun waktu selama satu bulan. Adapun kisaran rata-rata penghasilan para konsumen Griya Batik Mas ditunjukkan pada tabel 2.8 sebagai berikut:

Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan

No.	Rata-Rata Penghasilan Per Bulan	Jumlah	Persentase
1.	$\leq$ Rp 2.500.000,-	25	25
2.	$>$ Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000,-	18	18
3.	$>$ Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000,-	42	42
4.	$\geq$ Rp 7.500.000,-	15	15
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.8 dapat terlihat bahwa didominasi oleh responden dengan penghasilan sebesar Rp5.000.000 – Rp7.500.000 per bulan sebanyak 42% responden, disusul oleh penghasilan sebesar $\leq$ Rp 2.500.000,- sejumlah 25% responden dan penghasilan $>$ Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000,- sejumlah 18% responden. Jumlah uang yang dimiliki responden mencakup biaya yang dapat dibelanjakan uangnya untuk membeli produk Griya Batik Mas.