

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ZAINAL
SONGKET PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat
Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



Disusun Oleh

Dewi Aldianty Puteri

07031381924124

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Zainal Songket Palembang
Dalam meningkatkan Penjualan”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Dewi Aldianty Puteri

NIM. 07031381924124.

Pembimbing I

**Merry Yanti, S.Sos., M.A
NIP.197705042000122001**

Tanda Tangan



Tanggal

13-12-2022

Pembimbing II

**Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 198802112019032011**



20-12-2022



Dr. Muhammad Harni Thamrin, M.Si

NIP. 1962031001

E.I.S.I.P

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ZAINAL SONGKET
PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN”**

Skripsi

Oleh :

**DEWI ALDIANTY PUTERI
07031381924124**

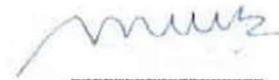
**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 30 Desember 2022**

Pembimbing :

**1. Merry Yanti, S.Sos., M.A
NIP.197705042000122001**

**2. Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP.198802112019032011**

Tanda Tangan

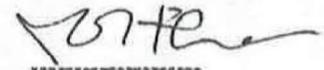


Penguji :

**1. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.199205312019032018**

**2. Ryan Adam, M.I.Kom
NIP.198709072022031003**

Tanda Tangan



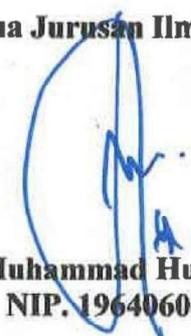
Mengetahi,

**a.n Dekan FISIP UNSRI
Wakil Dekan I,**



**Dr. Azhar, SH., M.Sc., LLM., LLD
NIP. 196504271989031003**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi Aldianty Puteri

NIM : 07031381924124

Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 12 Juli 2001

Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Zainal Songket Dalam Meningkatkan Penjualan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 27 Desember 2022

Saya membuat pernyataan,



Dewi Aldianty Puteri

NIM.07031381924124

MOTTO

“Everyone thinks of changing the world, but no one thinks of changing themselves. Whatever you are, be good one and don’t forget to be grateful”

“Semua orang berpikir untuk mengubah dunia, tetapi tidak ada yang berpikir untuk mengubah diri mereka sendiri. Apapun dirimu, jadilah orang yang baik dan jangan lupa bersyukur”.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan rasa syukur akhirnya skripsi ini telah selesai, penulis mengucapkan persembahan terima kasih kepada :

- 1. Allah SWT**
- 2. Diri saya sendiri**
- 3. Orang tua dan keluarga besar**
- 4. Kerabat dan Teman**
- 5. Dosen Pembimbing, dosen penguji, dan seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA beserta staf administrasi**
- 6. Pengelola dan SDM Zainal Songket Palembang**

Terimakasih telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Zainal Songket Palembang meningkatkan penjualan “ dengan baik.

Dengan harapan agar suatu penelitian ini dapat berjalan dengan lancar sehingga dapat menjadi suatu penelitian yang bermanfaat bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai kelulusan derajat dalam Sarjana Strata (S1). Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai dengan tersusun secara sistematis jika tidak ada bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis akan mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan bersyukur telah di berikan bantuan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., Msi, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Merry Yanti, S. Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Pertama penulis yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Rindang Senja Andarini, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Kedua penulis yang selalu memberikan arahan, dukungan, dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom.,M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran, semangat, dan motivasi selama ini.

7. Seluruh Dosen beserta staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan serta mengorbankan waktu, tenaga, ilmu, dan membagikan pengalamannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan. Serta Administrasi dan staff yang berada di Universitas Sriwijaya.
8. Seluruh Staf Zainal Songket Palembang yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam proses pembuatan skripsi hingga tahap penyelesaian skripsi.
9. Kedua orang tua penulis Rifanaldi Chaniago dan Tuty Kurniasih yang selalu memberikan arah untuk lebih baik lagi dan selalu membimbing penulis dari awal perkuliahan sampai akhir.
10. Adik-adik penulis Marsha Refina Putri dan Chika Dalilah Putri yang telah memberikan semangat kepada penulis.
11. Ananda Saskia selaku orang yang selalu memberikan saya dorongan untuk dapat menyelesaikan perkuliahan penulis serta selalu ada.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan proposal skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas dari materi yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemaajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, Desember 2022



Dewi Aldianty Puteri

07031381924124

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	15
1.3 Manfaat	15
1.3.1 Manfaat Teoritis	15
1.3.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.2 Kerangka Teori.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	31

3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Definisi Konsep.....	31
3.3 Fokus Penelitian.....	33
3.4 Unit Analisis.....	35
3.5 <i>Informan</i> Penelitian.....	35
3.5.1 Kriteria <i>Informan</i>	35
3.5.2 <i>Key informan</i>	36
3.5.3 <i>Informan</i> Pendukung.....	36
3.6 Sumber Data.....	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.8 Teknik Keabsahan Data	39
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV GAMBARAN INSTANSI.....	43
4.1 Gambaran Umum Zainal Songket Palembang.....	43
4.1.1 Sejarah Zainal Songket Palembang.....	44
4.2 Logo Instansi Zainal Songket Palembang.....	45
4.3 Visi dan Misi Zainal Songket Palembang.....	46
4.3.1 Visi Zainal Songket Palembang.....	46
4.3.2 Misi Zainal Songket Palembang	47
4.4 Stuktur Organisasi.....	48
4.4.1 Stuktur Organisasi Zainal Songket Palembang.....	48
4.2.2 Profil <i>Informan</i>	50
BAB V HASIL DAN ANALISIS	51
5.1 Produk	53

5.1.1 Tahap Pembuatan Produk	58
5.1.2 Upaya Peningkatan Produk dalam Persaingan.....	64
5.2 Harga.....	68
5.2.1 Faktor yang mempengaruhi penentuan harga	73
5.2.2 Strategi penentuan harga	79
5.3 Tempat.....	81
5.3.1 Perbedaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	85
5.4 Promosi	89
5.4.1 Mengadakan <i>Discount</i>	91
5.4.2 Strategi Promosi melalui media sosial	94
5.4.3 Mengikuti <i>Event</i> atau Pameran	98
5.4.4 Strategi Promosi melalui Iklan atau TV.....	105
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	110
6.1 Kesimpulan	110
6.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan <i>Rating</i> Pemasaran Songket Palembang.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	33
Tabel 4.4.2 Profil <i>Informan</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Pengerajin Zainal Songket	7
Gambar 1.2 Gedung Serba Guna Zainal Songket	9
Gambar 1.3 Zainal Songket Go-Internasional	10
Gambar 1.4 Zainal Songket Museum Songket Palembang.....	11
Gambar 1.5 <i>Syuting</i> di Zainal Songket	13
Gambar 4.2 Logo Instansi.....	45
Gambar 5.1 Produk Zainal Songket Palembang	57
Gambar 5.1.1 Tahapan Pembuatan Produk.....	62
Gambar 5.1.2 Zainal Songket menyimpan sejarah produk	67
Gambar 5.2 Produk dan Harga Zainal Songket	72
Gambar 5.2.1 Faktor-Faktor Tingkat Penentuan Harga.....	76
Gambar 5.2.2 Strategi Penentuan Harga Bersaing Kompetitor	80
Gambar 5.3 Tempat Zainal Songket Palembang	83
Gambar 5.3.1 Strategi Komunikasi Sarana Lokasi Zainal Songket.....	88
Gambar 5.4.2 Strategi Promosi Melalui Sosial Media.....	96
Gambar 5.4.3 Mengikuti <i>Event</i> atau Pameran	104
Gambar 5.4.4 Strategi Komunikasi Promosi Melalui Iklan TV.....	108

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Bagan 4.4.1 Stuktur Organisasi Zainal Songket Palembang	48

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Persentase Pengguna Internet	4
---	---

ABSTRACT

This study aims to find out the marketing communication strategies carried out by Zainal Songket Palembang in an effort to increase sales of the songket business in the city of Palembang (Qualitative Descriptive Study at Zainal Songket Palembang). This study used qualitative research methods. This study uses marketing communication theory according to Kotler and Armstrong 4P namely product, price, place, and promotion. This study obtained data and information through interviews with 3 key informants, namely the manager of Zainal Songket, the Zainal Songket marketing team and the Zainal Songket production team, while there were 2 supporting informants, namely the Zainal Songket evaluation team and consumers. Therefore, the results of the research that has been done can show that the marketing communication strategy process carried out by Zainal Songket Palembang is in accordance with the results of observations in the theory used. Because they have done marketing using 2 marketing communication strategies, the first is using social media and non-media such as holding exhibitions, attending events, creating product production houses, songket galleries, and multipurpose building facilities.

Keywords: Marketing communication strategy, consumers

Advisor I



Merry Yanti, S.Sos.,MA
NIP : 197705042000122001

Advisor II



Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 1998802112019032011

Head Of Communication Departement



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Zainal Songket Palembang dalam upaya meningkatkan penjualan bisnis songket di kota Palembang (Studi Deskriptif Kualitatif di Zainal Songket Palembang). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Amstrong 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Penelitian ini mendapatkan data dan informasi melalui wawancara dengan 3 informan kunci yaitu pengelola Zainal Songket, tim pemasaran Zainal Songket dan tim produksi Zainal Songket sedangkan ada 2 informan pendukung yaitu tim evaluasi Zainal Songket dan konsumen. Maka dari itu hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menunjukkan bahwa proses strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Zainal Songket Palembang sesuai dengan hasil pengamatan dalam teori yang digunakan. Karena mereka telah melakukan pemasaran menggunakan 2 strategi komunikasi pemasaran yang pertama menggunakan media sosial dan non media seperti melakukan pameran, mengikuti event, membuat rumah produksi produk, galeri songket, dan sarana gedung serbaguna.

Kata kunci : Strategi komunikasi pemasaran, konsumen

Pembimbing I



Merry Yanti, S.Sos.,MA

NIP : 197705042000122001

Pembimbing II



Rindang Senja Andarini

NIP. 1998802112019032011



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada masa sekarang ini, masyarakat telah hidup di zaman modernisasi. Tentunya akan banyak suatu pembaharuan dari segi penampilan atau gaya berpakaian, budaya, dan teknologi dan juga pada era ini makhluk sosial sangat bergantung dengan suatu pembaharuan dalam kehidupan sehari-hari. Penampilan salah satu faktor utama seseorang dalam menilai kepribadian diri. Melalui perkembangan zaman sekarang mampu membuat seseorang untuk lebih bisa mengeskpresikan diri nya, secara tidak langsung dari *gesture* tubuh dan penampilan itu bisa menjadi salah satu komunikasi yang tidak nyata. Peran teknologi tentunya mempunyai hubungan yang sangat erat dalam bidang informasi, komunikasi, dan pemasaran. Tentunya adanya peningkatan kebutuhan manusia akan teknologi ini dapat mengakibatkan semakin beratnya persaingan penjualan atau juga persaingan perekonomian pada zaman sekarang. Perkembangan dalam dunia penjualan menggunakan teknologi pemasaran melalui media sosial dan internet.

Pertumbuhan teknologi juga tentunya berkaitan dengan komunikasi yang dapat memungkinkan terjadinya kolaborasi antara pemasaran dari berbagai pihak. Banyak teknologi komunikasi baru dalam masa sekarang ini, seperti media baru, *website* , Instagram, dan lain sebagainya. Dari sebuah perkembangan teknologi yang berkaitan dengan komunikasi, ada juga teknologi sekarang yang masih

menggunakan komunikasi melalui media cetak, seperti brosur yang berisikan suatu informasi.

Berbagai persaingan yang terjadi dibidang pemasaran ini pun sangat ketat, ditambah dengan pelanggan yang biasanya lebih memilih kualitas dan kuantitas di *brand* yang terkenal. Tentunya dapat menjadi hambatan bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Perkembangan strategi komunikasi pemasaran dalam perusahaan, tentunya harus perlu ditingkatkan dari suatu instansi atau perusahaan. Strategi komunikasi pemasaran pada awalnya dapat dilakukan melalui luas atau target pemasaran melalui penjualan secara langsung dengan menyesuaikan perkembangan zaman. Pada zaman sekarang strategi pemasaran telah berkembang, pemasaran dapat dilakukan melalui teknologi, mengutamakan kualitas dan kuantitas, keunikan atau perbedaan dari suatu produk dari produk lain, dan pemasaran dapat memanfaatkan optimalisasi media massa. Karena minat konsumen atau pelanggan bisa menarik suatu pemasaran.

Palembang merupakan kota tertua di Indonesia yang sudah berdiri sejak masa Kerajaan Sriwijaya. Palembang terkenal dengan Jembatan Ampera yang membentang di atas sungai musu, serta Palembang memiliki ciri khas yang terkenal di Palembang adalah pempek dan songket, songket pada zaman dahulu hanya bisa digunakan para orang-orang tertentu. Songket Palembang sudah di wariskan sejak ratusan tahun lalu. Songket merupakan hasil budaya yang sudah ada sejak lama dan juga bisnis songket turun-temurun dan sudah menjadi ciri khas kota Palembang. Kain songket merupakan salah satu identitas regional Sumatera Selatan yang masih dilestraikan hingga saat ini, asal mula kain ini berawal dari perdagangan zaman dahulu antara orang Tiongkok dan India. (Anggarini, 2020)

Perkembangan zaman juga membuat masyarakat sedikit lupa akan budaya, ciri khas, dan juga sejarah dari Palembang. Menurut sejarah, keberadaan tradisi dari kain songket awalnya muncul di Kerajaan Sriwijaya Palembang pada abad ke-7 hingga abad ke-13 (Ruangguru, 2022). Songket merupakan salah satu hasil kerajinan masyarakat Palembang, Sumatera Selatan. Pada zaman dahulu songket merupakan kekayaan masyarakat Palembang, dahulu kain songket hanya digunakan oleh kalangan bangsawan dan para pejabat dan tidak dapat digunakan oleh orang-orang biasa. (Hanna, 2017). Songket memiliki fungsi keagamaan dan fungsi sosial budaya dalam aplikasi masyarakat. Dalam fungsi keagamaan, songket memiliki peranan penting dalam pelaksanaan upacara keagamaan dan pernikahan. Sedangkan sebagai fungsi sosial dan budaya, songket memiliki nilai artistik dan estetika dalam peranannya (Kebudayaan, 2021).

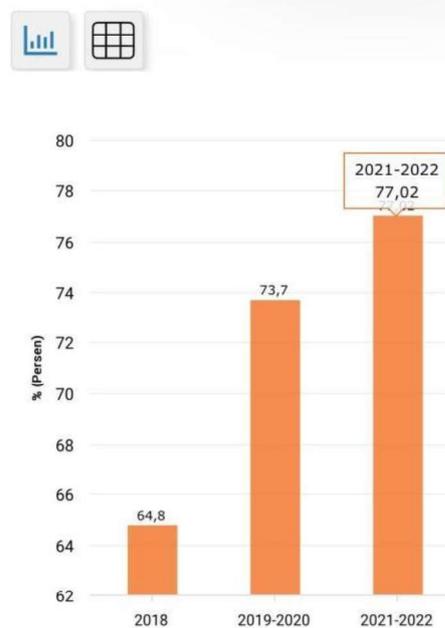
Bisnis komunikasi pemasaran songket tentunya menjadi salah satu perhatian masyarakat, dalam cara atau strategi mengembangkan bisnis songket yang sudah tidak cukup *familiar* di kalangan generasi penerus bangsa agar tetap eksis dan terus mempertahankan nilai budaya, moral, dan estetika dari kain songket sendiri. Bisnis songket yang terkenal di Palembang adalah Zainal Songket, yang memiliki *rating* 4,6. Zainal Songket merupakan salah satu usaha bisnis generasi ke generasi, Zainal Arifin salah satu generasi penerus bisnis kain songket. Zainal Arifin merupakan generasi ke-7 ahli waris di Palembang (Zainal Arifin, Generasi Ke-7 Ahli Waris Songket Palembang, 2022). Pada saat ini sarana komunikasi pemasaran memanfaatkan teknologi seperti internet sebagai media pemasaran.

Dalam strategi komunikasi pemasaran dibidang pemasaran produk juga dapat menggunakan teknologi internet. Teknologi internet dapat memudahkan

perusahaan mendapatkan konsumen serta konsumen akan lebih mudah mendapatkan informasi. Sehingga pemasaran bisnis songket akan semakin berkembang. Bisnis Zainal Songket di Palembang juga mulai mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media internet dalam pemasaran produk karena di Indonesia banyak masyarakat yang menggunakan internet. Zainal Songket memiliki akun instagram, whatsapp penjualan, dan website. Bahkan sejak tahun 2017 pengguna internet di Indonesia melebihi pengguna internet di Jepang sebesar 112,6 juta orang. Berdasarkan data yang disampaikan menteri dalam negeri (Mendagri) RI Tjahjokumolo mengatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia per 30 Juni 2016 adalah sebanyak 257.912.349 jiwa. Hal ini mengindikasikan bahwa sekitar 43% penduduk Indonesia menggunakan internet.⁹

Grafik 1.1 Persentase Pengguna internet Pada Tahun 2018-2022 di Indonesia

Penetrasi Internet di Indonesia (2018-2022)



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (AJII)

Profil Internet Indonesia bahwa Indonesia sudah mencapai 77,02%

pada 2021- 2022. Penggunaan internet di Sumatera berada di peringkat kedua dengan 16,63%. Artinya dari segmen pengguna internet di Indonesia sangat banyak sehingga bisa lebih mempermudah dalam pemasaran bisnis melalui sosial media. Zainal Songket juga dari awal merintis penjualan menggunakan sosial media sebagai alat informasi serta alat untuk mendapatkan pelanggan. Media sosial website merupakan suatu cara Zainal Songket dalam komunikasi pemasaran dengan melalui cara untuk memberikan informasi terkait produk baru dan juga melalui media sosial dapat mengumpulkan banyak konsumen dengan kemajuan teknologi sekarang. Hal ini dapat lebih banyak menarik konsumen dalam mengenal produk serta informasi terkini melalui pemberitaan di sosial media. Melalui media sosial instagram juga dapat berkomunikasi dengan pelanggan melalui kolom komentar atau melalui pesan yang terdapat di Instagram, dengan itu Zainal Songket dapat mengetahui apa kriteria serta kebutuhan produk yang diinginkan pelanggan dan itu dapat dipertanggung jawabkan sampai ketahap penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Adapun alasan penelitian untuk meneliti Zainal Songket :



Gambar 1.1 Lokasi Pengerajin Zainal Songket dalam proses tenun

Sumber : Zainal Songket

1.1.1 Zainal Songket merupakan salah satu pengerajin songket di Palembang serta memiliki lokasi pengerajin tenun songket dan memiliki tim evaluasi dari produk yang akan dipasarkan

Penjualan secara langsung dalam bidang bisnis sudah menjadi hal biasa jika akan memulai bisnis, tetapi di dalam setiap perusahaan bisnis tentunya memiliki strategi dalam meningkatkan produk dan juga mengembangkan bisnis. Penempatan yang strategis mampu meningkatkan konsumen dan juga target pasar akan lebih luas. Zainal Songket pertama kali buka di Palembang. Zainal Songket merupakan *Icon* songket di Palembang, Zainal Songket memiliki galeri songket, gedung serbaguna (pemanfaatan sarana), serta Zainal Songket juga merupakan salah satu pengerajin songket di Palembang karena pembuatan songket tenun nya dilakukan produksi sendiri yaitu berlokasi di bawah galeri Zainal Songket Palembang. Suatu komunikasi pemasaran juga harus memperhatikan produk yang akan di pasarkan, lebih meyesuaikan keinginan konsumen dan juga tetap

mempertahankan kualitas dan kuantitas produk. Zainal Songket dalam melakukan penjualan secara langsung juga selalu menawarkan produk baru serta beragam promosi lainnya. Zainal Songket juga memiliki keunggulan dalam produk songket yang selalu menjadi perhatian konsumen. Zainal Songket memberikan suatu promosi penjualan agar tercapai target dari program *mouth to mouth*.

Pembuatan Produk Zainal Songket mampu menembus sampai *go-internasional*. Strategi komunikasi pemasaran Zainal Songket mengandalkan suatu produk yang langka dengan motif serta makna yang identik dengan sejarah. Produk Zainal Songket juga berbeda dengan produk lain, karena produksi Zainal Songket dari pengrajin tenun songket langsung. Produk Zainal Songket dibuat khusus dan penjualan produk tidak melalui perantara. Lokasi pengrajin tenun Zainal Songket home produksi. Pembuatannya di bawah galeri Zainal Songket itu sendiri. Zainal Songket juga memiliki julukan sebagai museum songket di Palembang, dikarenakan Zainal Songket salah satu bisnis warisan dan berkembang samapai saat ini, Zainal Songket di dalam galeri songket menyimpan songket yang sudah ratusan tahun dengan *desain* benang emas.



Gambar 1.2 Contoh Resepsi Pernikahan di Gedung Serba Guna Zainal Songket

Sumber : Internet Gedung Serba Guna Zainal Songket

Zainal Songket juga memiliki tempat sarana dan prasarana acara yang akan di gelar masyarakat. Zainal Songket memiliki gedung serba guna tepat lokasinya sama dengan galeri Zainal Songket, pembuatan produksi produk tenun Zainal Songket, dan gedung serba guna Zainal Songket. Zainal Songket memanfaatkan semua sarana dan prasarana tersebut dengan motif pemasaran yang baik serta mampu untuk dapat bersaing dengan bisnis songket lainnya. Zainal Songket juga memiliki paketan jika akan ada masyarakat yang akan hajatan. Zainal Songket memiliki paketan *wedding organizer*, paket tersebut dari segi penyewaan baju adat dengan motif songket, *catrering*, *makeup*, *dekorasi*, serta gedung serbaguna yang sudah di sediakan Zainal Songket. Sedangkan pembisnis songket di Palembang ini sudah banyak tetapi mereka lebih memilih untuk produksi songket melalui perantara atau mengambil hasil karya orang lain lalu di pasarkan dengan harga yang sesuai dengan paketan pernikahan dari konsumen.

Kisah Inspiratif Zainal Songket Tembus Pasar Eropa

Feature

18 Jul, 2022

291

Reporter: *Shendy Adam F* | Editor: *Shendy Adam F*

Ilustrasi. Foto: Malik Maulana

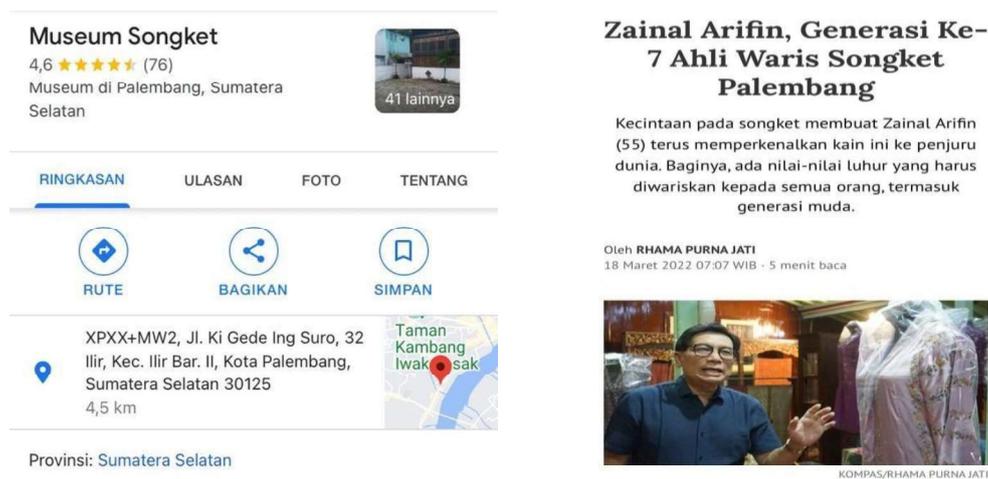
Gambar 1.3 Artikel Zainal Songket Go-Internasional

Sumber : (F, 2022)

1.1.2 Produksi Zainal Songket pasarnya sudah terbentang sampai Go Internasional

Songket Palembang sudah sangat populer di Indonesia. Segi tingkat penjualannya pun semakin hari semakin diperhitungkan oleh konsumen baik lokal, regional, bahkan manca Negara. Namun, kepopuleran songket pada saat ini belum dapat dikatakan seimbang dengan suatu tingkat daya beli konsumen terutama di Palembang yang telah mengetahui songket. Tetapi ada peluang untuk dapat merintis bisnis songket, peluang tersebut dapat dimaksimalkan oleh Zainal Songket. Dengan jumlah produksi yang masih minim Zainal Songket mampu membawa dan memasarkan produk songket sampai luar Negeri. Sudah waktunya Zainal Songket memulai bisnis tersebut dengan landasan bahwa Zainal Songket salah satu pengerajin songket di Palembang, berdasarkan sejarah, melalui peningkatan produksi songket, strategi *marketing* memperhatikan, meningkatkan, dan mempertahankan suatu kualitas dan kuantitas dari produk Zainal Songket.

Selama 4 dekade berkarya, bisnis Zainal Songket. Zainal Arifin Husin berhasil membawa produk kain songketnya menembus pasar luar negeri. Sementara di dalam negeri produk kain Zainal Songket mampu memikat sejumlah pelanggan dari pejabat Negara dan toko publik lainnya. Zainal Arifin adalah salah satu pengerajin anggota dewan Kerjainan Nasional Daerah (Dekranasda). Kain songket adalah suatu komoditas dan pasarnya terbentang mulai dari kalangan biasa sampai selebritis. Kain Zainal Songket ini memang tidak murah. Namun, itu sebanding dengan proses pembuatan karya kain songket tersebut. Zainal Songket sudah membawa produknya sampai tembus ke pasar Eropa. (Adam, 2022) .



Gambar 1.4 Zainal Songket merupakan Museum Songket di Palembang

Sumber : (Jati, 2022)

1.1.3 Galeri Zainal Songket telah menjadi Museum Songket Palembang

Zainal Arifin tercatat sebagai generasi penerus bisnis kain songket ke-7 di Palembang. Dalam meneruskan bisnis songket nama Zainal Songket mampu menjuru dunia. Zainal Songket juga memproduksi tidak hanya produk lama saja tetapi Zainal Songket mengkreasikan produk tersebut dengan menciptakan motif baru tetapi tidak meninggalkan unsur kebudayaan yang dapat

mengkomunikasikan suatu makna yang terkandung di dalam suatu motif kain songket. Zainal Songket juga mempertahankan dan meningkatkan suatu nilai-nilai leluhur dari setiap lembar kain yang berjudul “Ratu Kain” Palembang. (Jati, 2022)

Zainal Songket menjadi salah satu Museum di Palembang. Zainal Songket memiliki pengerajin sendiri serta memiliki tempat sendiri untuk pembuatan tenun songket. Zainal Songket juga merupakan salah satu galeri songket di Palembang yang memiliki gedung serba guna demi memanfaatkan sarana yang ada sebagai media pemasaran, di dalam suatu gedung serba guna Zainal Songket menyimpan songket yang sudah berumur hingga ratusan tahun. Dengan segala fasilitas yang ada di Zainal Songket Palembang mampu membuat Zainal Songket di juluki Museum songket Palembang. Zainal Songket selalu kedatangan tamu dari kalangan atas hingga kalangan masyarakat biasa. Zainal Songket biasanya digunakan para dewan hingga turis yang datang ke Palembang mengunjungi galeri Zainal Songket yang kaya akan karakteristik serta unsur budaya Palembang. Lokasi galeri Zainal Songket juga tetap mempertahankan estetika tidak mengubah bentuk galeri sedikit pun, masih menggunakan desain rumah adat Palembang yaitu dengan pondasi kayu bertingkat hingga tempat para pengerajin tenun songket pun masih menggunakan alat tradisi Palembang dan tidak menggunakan alat modrn.

Zainal Songket dalam komunikasi pemasaran yaitu kurangnya sarana media sosial untuk menyebarluaskan infomasi. Zainal Songket tidak mengaktifkan *website* dikarenakan masih banyak gambar dari Zainal Songket yang dicuri oleh pihak yang tidak bertanggung jawab atau plagiat.



Gambar 1.5 Zainal Songket Palembang di jadikan tempat *Syuting* ‘celebrity on vacation’ pada tanggal 18 Oktober 2022
Sumber : Instagram ZAINALSONGKETPALEMBANG

Zainal Songket merintis bisnis songket sudah lama di Palembang, maka dari itu komunikasi pemasaran yang dilakukan Zainal Songket tidak hanya menggunakan media massa. Galeri Zainal Songket di Palembang sering kali digunakan media TV untuk melakukan *syuting*. *Syuting* tersebut akan di tampilkan di TV yang tentunya akan diketahui oleh masyarakat yang dapat membuat Zainal Songket memiliki nama serta citra yang baik. Zainal Songket salah satu galeri songket Palembang yang memiliki banyak serifikat tenun atau pengerajin serta memiliki ciri khas tersendiri. Zainal Songket juga tidak ada upaya komunikasi pemasaran promosi melalui *brand* ambassador. Upaya komunikasi pemasaran yang tidak langsung dapat dilakukan melalui *syuting* tersebut mampu memberitahukan informasi mengenai sejarah bisnis Zainal Songket, produk yang dibuat oleh pengerajin tenun Zainal Songket, serta masih banyak lainnya yang dapat di cerna masyarakat mengenai Zainal Songket tersebut.

Tabel 1.1 Perbandingan *Rating* Pemasaran Songket Palembang

Nama	<i>Rating</i>
Zainal Songket	 <p>Zainal Songket 4,6 ★★★★★ (261) Butik - Jl. Ki Gede Ing Suro Ingsuro No.173 Buka - Tutup pukul 22.00 Belanja di toko - Ambil di toko - Pesan antar</p>
Songket Palembang Cek Mun	 <p>SONGKET PALEMBANG CEK MUN (0711 362195) (0... 4,5 ★★★★★ (2) Toko - Pasar 16 Baru, Komplek Ilir Barat Permai, Jl. Letkol ... Segera tutup - Tutup pukul 17.00 Ambil di toko - Pesan antar</p> <p>Telepon Rute Bagikan</p>
Cek Lia Songket	 <p>CEK ILA SONGKET 4,3 ★★★★★ (6) Toko Pakaian - 2022+54J, Jl. Ki Gede Ing Suro Buka - Tutup pukul 18.00 Belanja di toko</p>

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Zainal Songket memiliki *rating* tertinggi di bandingkan para penjual songket di Palembang. Tertera bahwa *rating* Zainal Songket 4,6, *rating* Songket Palembang Cek Mun 4,5, dan *rating* Cek Lia Songket 4,3. Zainal Songket memiliki *rating* tertinggi karena suatu unsur perbedaan Zainal Songket di bandingkan para pembisnis songket di Palembang. Zainal Songket juga dijuluki museum songket Palembang, serta adanya suatu fasilitas sarana dan prasarana, Zainal Songket juga menyimpan songket yang memiliki sejarah yang umurnya telah ratusan tahun, dan juga Zainal Songket memiliki tempat untuk pembuatan tenun. Produk songket nya terbuat dari para pengerajin songket yang

telah mahir dan pengerajin songket di Zainal Songket turun-temurun dari masyarakat Palembang.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari penelitian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Zainal Songket Palembang dalam meningkatkan penjualan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Zainal Songket Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan suatu kontribusi dalam mengembangkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam membangun *brand image* Zainal Songket Palembang. Dan juga diharapkan dapat menjadi suatu referensi, pengetahuan, pembelajaran, serta masukan dalam mengembangkan Ilmu Komunikasi dan juga dapat menambah kajian-kajian baru khususnya pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi pada Konsentrasi Hubungan Masyarakat atau *Public Relation* di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Bukit dan Kampus Indralaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi suatu referensi atau masukan berbagai pihak untuk penyajian suatu informasi dalam menjalankan penelitian yang serupa.

Dapat memberikan masukan tentang peningkatan strategi komunikasi pemasaran dalam memulai bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S. (2022, Juli). *Kisah Inspiratif Zainal Songket Tembus Pasar Eropa*. Retrieved from pusat.jarakta.go.id.
- al, L. e. (2017). Data Sekunder dan Data Primer. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*.
- Anggarini, F. (2020, Desember). *Kenalkan Identitas Budaya Sumatera Selatan, Kain Songket Motif Benang Emas*. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/amp/fitryy016/5fdb3ab88ede485d2933fea2/kenalkan-identitas-budaya-sumatera-selatan-kain-songket-motif-benang-emas-jantng-jadi-sorotan>
- Desy Wahyuningrum Mujiati, T. H. (2020). Instagram : *Integrated Marketing Communication* Sebagai Strategi Penjualan Bagi Makeup Artis (MUA). *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy). Surabaya.
- Dr. Marissa Grace Haque-Fauzi, S. (2022). *Staregi Komunikasi Pemasraan*. Tangerang Selatan.
- Dr. Mikke R. Marentek, S. (2020). Komunikasi Pemasaran. In P. Press, *Komunikasi Pemasaran* (p. 112). Sulawesi Utara.
- Dr. Rendi Panuju, M. (2019). Komunikasi Pemasaran. In *Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (p. 135). Jakarta.
- Dr.M. Anang Firmansyah, S. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran* . Jawa Timur.
- Effendy. (2011). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* . Bandung.
- F, S. A. (2022, Juli). *Kisah Inspiratif Zainal Songket Tembus Pasar Eropa*. Retrieved from pusat.jakarta.go.id: <https://pusat.jakarta.go.id/news/2022/kisah-inspiratif-zainal-songket-tembus-pasar-eropa>
- Firna M.A. Poluan, S. L. (2019). *Marketing Mis Strategy In Increasing Sales Volume* . *Jurnal EMBA*, 10.
- Hanna, Y. (2017, Maret Selasa). *Perjalanan Sejarah Kain Songket Palembang*. Retrieved from Bobo.id: <https://bobo.grid.id/amp/08673696/perjalanan-sejarah-kain-songket-palembang>

- Jati, R. P. (2022, Maret Jumat). *Zainal Arifin, Generai Ke-7 Ahli Waris Songket Palembang*. Retrieved from kompas.id: [https://www.kompas.id/baca/sosok/2022/03/11/mewartakan-keindahan-ratu-kain-ke-penjuru-dunia-sosok-zainal-arifin#:~:text=Zainal%20Arifin%20\(55\)%20tercatat%20sebagai,berkreasi%20dengan%20menciptakan%20motif%20baru](https://www.kompas.id/baca/sosok/2022/03/11/mewartakan-keindahan-ratu-kain-ke-penjuru-dunia-sosok-zainal-arifin#:~:text=Zainal%20Arifin%20(55)%20tercatat%20sebagai,berkreasi%20dengan%20menciptakan%20motif%20baru)
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lynch, R. (2006). *Corporate Strategi*.
- Mega Febriani, E. E. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial Twitter. *JOM FISIP*, 15.
- Miles, M. B. (1994). *Qualitative data analysis*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).
- Miles, M. d. (2014). *Analisis Data Kualitatif : buku tentang metode-metode baru*. Jakarta.
- Mita Lestari, J. W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Gallery . *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Morrison. (2010). *Periklan Komunikasi Pemasaran Terhadap*. Prenadamedia Group.
- Nathania, R. (2022, Maret). *Integrated Marketing Communication (IMC) : Arti, Penerapan, Contoh, dan Manfaatnya*. Retrieved from glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-integrated-marketing-communication/#.YzzYCPcxclQ>
- Novera Annisa Puspita Sari, t. H. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Komunikasi* , 19.
- Prasanti, D. (2018). *COMMUNICATION CONSIDERATIONS IN HEALTH PROMOTIONS*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*.
- Prasojo, L. D. (2018). *Manajemen Strategi* . Karangmalang, Yogyakarta .
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Gabungan*. Jakarta.
- Putri, V. K. (2021, November). *Fungsi Logo, Jenis, dan Aspeknya*. Retrieved from kompas.com:

<https://amp.kompas.com/skola/read/2021/11/25/170000869/fungsi-logo-jenis-dan-aspeknya>

- Radja Erland Hamzah, R. R. (2019). Konsep Integrated *Marketing Communication* Dalam Meningkatkan *Brand Image* Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta . *Jurnal Pustaka Komunikasi*.
- Rianto Nurcahyo, S. M. (2017, Juni). *Strategi Bersaing dengan Kompetitor* . Retrieved from <https://bbs.binus.ac.id/ibm/2017/06/strategi-bersaing-dengan-kompetitor/>
- Rizki, M. F. (2021). *Integrated Marketing Communication*. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi* .
- Roni Mohamad, E. R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Perspektif Syariah. 12.
- Ruangguru. (2022, Juli). *Sejarah Kerajaan Sriwijaya Palembang*. Retrieved from ruang: https://roboguru.ruangguru.com/forum/tidak-ada-yang-bisa-melepaskan-kain-songket-dari-kebudayaan-nusantara-pasalnya-kain_FRM-LG84BKXH
- Sudarman, A. (2018). Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat . *Jurnal Ilmu Komuniikasi*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian*. Bandung.
- Syafna, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop "Youth_Millennial" dalam Meningkatkan Kesadaran Merek dan Penjualan. *Journal of Servite*.
- System, R. (2022, April). *Mengenal 4 Tahapan Produksi, Planning hingga Dispatching*. Retrieved from [runsystem.id: https://runsystem.id/id/blog/tahapan-produksi/](https://runsystem.id/id/blog/tahapan-produksi/)
- Thabroni, G. (2021, Juni). *Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Retrieved from serupa.id.
- Tourikis, E. K. (2020). Small Business in a Market Economy. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro*.
- Utami, S. N. (2021, Agustus). *Penjualan : Pengertian Para Ahli, Bentuk, Jenis, dan Tujuannya*. Retrieved from KOMPAS.COM.

Vottie Wisataone, M. (2021). *Strategi Integrated Marketing Communication* .
Jawa Tengah.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Fakultas
Komunikasi Bisnis Universitas Pancasila.