

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Terbentang luas dari sabang sampai merauke, indonesia memiliki 17.499 pulau yang merupakan zona ekonomi eksklusif. Indonesia disebut juga dengan Negara kesatuan Republik Indonesia. Indonesia juga merupakan negara dengan keanekaragaman budaya dan suku. Budaya yang saat ini masih berlaku di lingkungan tempat tinggal individu merupakan hal terpenting dalam mencerminkan keagungan dan keluhuran bagi bangsa indonesia. Ada 2 wujud kebudayaan yang sampai saat ini masih ada di Indonesia. Yang pertama wujud kebudayaan yang merupakan suatu hal yang sangat kompleks dari ide, nilai, dan norma yang berlaku disuatu daerah menjadi pola individu didalam sebuah masyarakat. Yang kedua yaitu kebudayaan wujud benda-benda yang merupakan hasil dari sebuah karya manusia yang telah menjadi karya seni indonesia.

Keberagaman kebudayaan inilah Indonesia banyak menciptakan kerajinan dan karya seni yang sangat luar biasa. Hal ini dikarenakan masing-masing daerah di Indonesia memiliki ciri khas serta keunikan tersendiri, baik dalam bentuk tradisi, budaya maupun karya seni. Salah satu karya seni yang dimaksudkan disini merupakan karya seni yang sering dijadikan sebagai barang sehari-hari yang tak hanya digunakan di Indonesia namun juga digunakan dari berbagai penjuru dunia, baik digunakan oleh kalangan muda maupun kalangan orang tua. Karya seni ini masih sangat sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat luas dan mampu terus mengikuti perkembangan zaman yang cukup pesat hingga saat ini. Karya seni ini merupakan batik.

Batik merupakan salah satu dari beragam karya seni budaya Indonesia. Namun batik merupakan seni budaya yang bersifat khusus, karena merupakan perpaduan antara seni budaya dan teknologi. Secara umum batik merupakan karya seni budaya

yang merupakan perpaduan antara karya seni motif yang beragam bentuk, corak, pola dan warna melalui berbagai proses seperti pencelupan dan penglorotan. Hingga berjalan dan berkembangnya zaman yang sangat pesat. Ilmu pengetahuan dibidang seni juga berkembang dengan pesat. Perkembangan sangat signifikan terlihat pada tehnik pewarnaan dan penerapan motif-motif yang digunakan.

Batik yang digunakan sampai saat ini pada dasarnya sangat mengandung nilai-nilai dan budaya leluhur yang sangat mencerminkan ciri khas dan tradisi dikehidupan sehari-hari masyarakat di daerah tertentu. corak atau pola seperti garis-garis bentuk bunga maupun bentuk hewan yang menjadi suatu kesatuan gambar yang berbeda dari masing-masing daerah sesuai dengan masing-masing daerah.

Salah satu batik yang banyak dikenal adalah Batik Madura. Bagi masyarakat Madura, batik merupakan hal yang dikenal memiliki hubungan erat dengan sejarah Madura. Batik tulis merupakan kerajinan rakyat Madura yang masih di lestarikan hingga saat ini dan diwariskan secara turun-temurun. Di Madura umumnya batik terdiri dari jenis Batik Tulis dan Batik Cap. Keunikan dari batik Madura adalah proses pembuatannya yang khas dan yang terkenal di kabupaten Bangkalan yaitu Batik Gentongan. Proses pengerjaan batik gentongan memakan waktu berkisar 6 bulan hingga 1 tahun. (Yuliana, 2016) Oleh karena itu, hingga saat ini peminat Batik Madura bukan hanya kalangan dari masyarakat madura, melainkan masyarakat luar daerah bahkan hingga masyarakat manca negara.

Dengan luasnya jangkauan pasar yang merambah hingga ke mancan negara, tentunya seiring dengan perkembangan dunia teknologi yang semakin maju. Bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, tentu tidak jarang UMKM sentra batik madura yang memanfaatkannya. Teknologi ini dimanfaatkan oleh semua kalangan terutama oleh pemilik UMKM Athaya Batik Madura. Dan salah satu teknologi yang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM adalah penggunaan media online.

Sejak dibangunnya jembatan suramadu di tahun 2009 semakin banyak peminat Batik Madura dari luar daerah dan ramai wisatawan. Sehingga sentra penjualan batik di Kabupaten Bangkalan khususnya Kecamatan Burneh meningkat. Tak hanya itu alasan lain yang menjadikan dibukanya sentra penjualan batik ini karena ditahun 2014 Pemerintah Kabupaten Bangkalan memberi bantuan modal usaha kepada UMKM pengrajin batik yang ada di bangkalan guna meningkatkan perekonomian masyarakat di sektor pariwisata dan budaya. Selain itu, sentra penjualan batik sudah menjadi salah satu lokasi yang wajib dikunjungi bagi wisatawan yang berkunjung ke Bangkalan karena menjadi daya tarik tersendiri untuk melihat langsung bahkan membeli batik legendaris yang berasal dari Madura khususnya di Kabupaten Bangkalan.

Oleh karena itu, penjualan batik di Kabupaten Bangkalan khususnya di kecamatan Burneh ini perlu memiliki strategi pemasaran yang baik dan menarik agar dapat meningkatkan penjualan. Tidak hanya untuk meningkatkan penjualan, melainkan untuk mempertahankan eksistensi bisnis batik agar tidak redup.

Pengembangan usaha bukan hanya pada pengembangan produk atau barang yang menarik, namun juga dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran untuk mendukung ketertarikan kepada konsumen. Untuk menarik konsumen, yang dibutuhkan adalah strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk mendukung ketertarikan konsumen. Secara umum ada delapan model pemasaran utama yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, acara dan pengalaman, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut serta tenaga penjualan.

Promosi penjualan dengan memanfaatkan media sosial menjadi strategi pemasaran yang banyak ditekuni oleh pelaku bisnis pada era teknologi ini. Melalui media online, pelaku bisnis dapat menjangkau banyak calon pelanggan hingga ke manca negara. Pemanfaatan media sosial ini juga dilakukan oleh UMKM batik di daerah Bangkalan. Salah satunya yaitu Batik Tulis Athaya yang berada di Kecamatan

Burneh yang memanfaatkan media online sebagai inovasi strategi komunikasi pemasaran modern Batik Tulis.

Penjualan Athaya Batik Madura yang sebelumnya meningkat dengan pesat dan menjadi salah satu UMKM batik besar di Kecamatan Burneh Kabupaten bangkalan menghadapi hambatan yang cukup signifikan akibat adanya pandemi COVID-19.

Pandemi COVID-19 sendiri tidak hanya menghambat perekonomian di sektor pemerintahan. Namun memperngaruhi sektor ekonomi secara global. Karena adanya pandemi COVID-19 ini, perekonomian di Indonesia di dalam segala sektor mengalami penurunan yang sangat drastis. Khususnya di masa pandemi COVID-19 yang tak hanya mengurangi pengunjung dan omset penjualan. Namun hingga mengancam banyak UMKM Batik di Madura tutup atau gulung tikar. Maka dalam penelitian ini, diangkatlah sebuah judul penelitian **“INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ATHAYA BATIK MADURA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas maka dirumuskan suatu masalah sebagai berikut : “Bagaimana inovasi strategi komunikasi pemasaran Athaya Batik Madura selama masa pandemi COVID-19?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana inovasi dan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Athaya Batik Madura selama pandemi COVID-19.

1.4 Manfaat penelitian

Peneliti berharap penelitian ini bisa berguna bagi banyak pihak dikemudian hari. Adapun manfaat yang diharapkan oleh penelitian yaitu

1. Manfaat Teoritik
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan keilmuan, terutama terhadap ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran modern dan juga untuk melakukan penelitian sejenis dalam bidang inovasi strategi pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Menambah referensi bagi masyarakat ataupun pihak akademisi yang membutuhkan pustaka mengenai komunikasi pemasaran.
 - b. Menambah pemahaman masyarakat mengenai pentingnya inovasi strategi komunikasi pemasaran.
3. Manfaat Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan untuk menambah tentang ilmu strategi komunikasi pemasaran.

