

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan hasil karya budaya yang diwariskan oleh nenek moyang bangsa Indonesia yang terus berkembang secara turun menurun. Batik yang dahulunya hanya digunakan oleh para keluarga dari keraton, saat ini telah diminati oleh seluruh masyarakat di Indonesia, bahkan tidak hanya di Indonesia saja, saat ini batik telah diminati oleh dunia.

Seiring dengan perkembangan zaman, batik Indonesia telah diakui secara internasional. Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization*) atau dikenal dengan UNESCO, pada tanggal 2 Oktober 2009 menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia dengan istilah “Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi” (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*). Batik dinilai sebagai ikon budaya yang memiliki keunikan dan filosofi yang mendalam, serta mencakup siklus kehidupan manusia. Dasar pertimbangan yang dipergunakan UNESCO dalam menetapkan penghargaan tersebut, antara lain karena batik di Indonesia ternyata merupakan kerajinan tradisional turun temurun yang kaya akan nilai budaya (<http://disperindag.pamekasankab.go.id>, diakses tanggal 14 September 2013).

Beberapa provinsi di Indonesia merupakan daerah penghasil batik, seperti Pekalongan, Solo, Cirebon, Yogyakarta, Madura dan lain sebagainya.

Warna dan motif batikpun sesuai dengan karakteristik dari masing-masing daerah yang menghasilkan batik. Salah satu daerah yang menghasilkan batik ialah Madura. Madura memiliki warna dan motif yang terkenal cerah, berani dan bebas yang memiliki arti tersendiri sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh masyarakat Madura yang terkenal berani, kuat, dan tegas.

Batik Madura banyak diminati oleh masyarakat, baik masyarakat lokal, maupun masyarakat Internasional. Di pulau Madura sendiri, terdapat beberapa sentra batik yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, seperti sentra batik Madura Tanjung Bumi di Bangkalan, sentra batik tulis Madura Banyumas Klampar yang berada di Kabupaten Pamekasan dan sentra batik tulis Madura Pakandangan Sumenep. Setiap daerah di pulau Madura memiliki ciri khas batik tersendiri. Misalnya motif batik Bangkalan ditinjau dari bentuk dan garis lebih terkesan rumit, tegas dan teratur, batik Sampang dan Sumenep memiliki motif yang hampir sama, yaitu motif flora dan fauna, tetapi batik yang berasal dari Sumenep memiliki motif flora dan fauna yang lebih kental dibandingkan dengan motif batik dari Sampang. Sedangkan motif batik Pamekasan memiliki perpaduan motif dari semua batik yang ada di Madura, ada beberapa batik Pamekasan yang memiliki motif abstrak, lawasan (*vintage*), dan gunung. Motif batik abstrak cenderung berbentuk garis-garis yang disebut dengan serat kayu. Motif batik lawasan (*vintage*) ialah motif batik yang tidak terlalu penuh dengan motif, sedangkan batik gunung ialah batik yang memiliki motif penuh dibagian atas pakaian sedangkan dibagian bawahnya cenderung lebih sedikit.

Salah satu Kabupaten di Madura yang terkenal dengan kesenian membatik dan memiliki banyak usaha batik ialah Kabupaten Pamekasan. Pada 24 Juli 2009 lalu, Pemkab Pamekasan membuat terobosan dengan mencanangkan

Kota tersebut sebagai Kota batik yang ditandai dengan kegiatan “Pamekasan Membatik” yang digelar di monumen Arek Lancor. Kegiatan membatik yang masuk dalam catatan Museum Rekor Indonesia (MURI) tersebut diikuti 600 pembatik, dengan panjang kain yang dibatik 1.530 meter, angka sesuai dengan hari jadi Kabupaten Pamekasan. (www.internasional.kompas.com, diakses tanggal 15 September 2013).

Jumlah usaha batik saat ini semakin meningkat, pakaian batik yang dahulunya hanya digunakan oleh kalangan tertentu, saat ini telah diminati oleh seluruh kalangan. Sejak dicanangkannya kota Pamekasan sebagai kota batik, permintaan terhadap produk batik semakin meningkat. Selain itu, dengan semakin banyaknya motif batik yang merupakan perpaduan antar motif batik tradisional dengan motif batik modern, semakin meningkat pula permintaan batik. Hal tersebut dimanfaatkan oleh beberapa masyarakat Pamekasan yang menjadikan fenomena tersebut menjadi peluang bisnis. Semakin dikenalnya batik, semakin meningkat pula usaha-usaha batik yang baru didirikan.

Berikut merupakan jumlah kapasitas produksi batik di Kabupaten Pamekasan.

Tabel: 1.1 Jumlah Kapasitas Produksi Batik di Kabupaten Pamekasan

No.	Wilayah		Kapasitas Produksi		
	Kecamatan	Desa	Unit	Satuan	Rupiah
1	Galis	Pagendingan	2370	Lembar	296.250.000
2	Proppo	Klampar	179000	Lembar	22.375.000.000
3		Candi Burung	175500	Lembar	21.937.500.000
4		Toket	3950	Lembar	493.750.000
5		Rangperang Daya	126000	Lembar	15.750.000.000
6	Palenga'an	Pana'an	2625	Lembar	328.125.000
7		Larangan Badung	137500	Lembar	17.187.500.000
8		Banyupalle	7925	Lembar	990.625.000
9		Angsanah	10750	Lembar	1.343.750.000
10		Akkor	3958	Lembar	494.750.000
11	Pegantenan	Bulangan Haji	950	Lembar	118.750.000
12		Ambender	750	Lembar	93.750.000
13		Pegantenan	1200	Lembar	165.000.000
14	Waru	Waru Barat	600	Lembar	750.000.000
15	Pamekasan	Toronan	9825	Lembar	1.228.125.000
16		Nyalabu Daya	4550	Lembar	568.750.000
17		Kelurahan Gladak Anyar	4250	Lembar	531.250.000
18		Kelurahan Kowel	8650	Lembar	1.081.250.000

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pamekasan, 2013.

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Desa Klampar, Kecamatan Proppo merupakan daerah yang memiliki kapasitas produksi terbanyak tahun 2013 ialah sebesar Rp. 22.375.000.000. Pemerintah Kabupaten Pamekasan telah menetapkan Desa Klampar, Kecamatan Proppo sebagai salah satu sentra batik Pamekasan. “Membatik merupakan aktifitas sebagian besar masyarakat, khususnya para wanita di Dusun Banyumas, Desa Klampar. Kegiatan membatik merupakan pemandangan yang menjadi daya tarik dusun tersebut. Tidak heran jika Pemerintah Daerah Kabupaten Pamekasan menetapkan Dusun Banyumas, Desa Klampar sebagai Kampung Wisata Batik di Kawasan Madura”. (www.profil-sukses.wirausahaanews.com, diakses tanggal 09 Oktober 2013). Di Desa

Klampar sendiri terdapat beberapa usaha yang memproduksi batik, baik usaha rumahan (home industri) maupun usaha yang telah berbadan hukum.

Semakin meningkatnya usaha batik, maka semakin meningkat pula persaingan yang ada di Desa Klampar. Setiap usaha berlomba-lomba untuk mewujudkan keunggulan kompetitif melalui strategi pemasaran yang dilakukan. Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang digunakan perusahaan dalam bidang pemasarannya, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang cukup luas diantaranya yang pertama adalah strategi segmentasi pasar (*segmenting*), target pasar (*targeting*), dan posisi pasar (*positioning*). Yang kedua adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk membidik pasar sasaran yang diinginkan. Menurut Assauri (2013:198), “Dalam bauran pemasaran, terdiri dari empat unsur yaitu strategi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*)”.

Dalam lima tahun terakhir, pengrajin batik di Desa Klampar mengalami pertumbuhan volume penjualan, terdapat beberapa masyarakat dari luar pulau Madura yang membeli batik di Desa Klampar. Selain itu, ada beberapa perusahaan batik di Desa Klampar yang melayani pemesanan ke luar negeri. Namun, untuk tahun 2013, para pengusaha batik di Desa Klampar mengeluhkan terjadinya penurunan volume penjualan yang disebabkan oleh persaingan usaha yang semakin ketat, seperti yang termuat dalam berita ANTARA, “Sejak tiga bulan lalu, penjualan batik di Desa Klampar mengalami penurunan hingga 50%, akibat banyaknya pengrajin dan pengusaha baru batik, sehingga menyebabkan over produksi”. (www.metrotvnews.com, diakses tanggal 27 September 2013). Ditambah lagi, sejak adanya penetapan kenaikan harga BBM menyebabkan

terjadinya penurunan penjualan batik di Desa Klampar. Kenaikan harga BBM berdampak negatif terhadap minat beli konsumen. Kenaikan harga BBM mengakibatkan adanya kenaikan harga pada bahan kebutuhan pokok, maupun harga kebutuhan tambahan. Masyarakat lebih mengutamakan untuk membelanjakan uangnya pada kebutuhan pokok, sehingga permintaan batik menjadi menurun.

Adanya masalah-masalah tersebut maka dapat menurunkan kinerja pemasaran batik di Desa Klampar. Untuk meningkatkan kinerja pemasarannya, setiap usaha harus menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang lebih baik dengan cara menjaga keseimbangan bauran pemasaran yaitu perpaduan antara produk, harga, distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja pemasarannya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar. Untuk itu, pada penelitian ini penulis mengambil judul

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi pada Industri Batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?
- b. Apakah produk (X_1) secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?
- c. Apakah harga (X_2) secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?
- d. Apakah distribusi (X_3) secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?
- e. Apakah promosi (X_4) secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?
- f. Variabel apa yang dominan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?

1.3 Tujuan Penelitian.

- a. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.

- d. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.
- e. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.
- f. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja pemasaran industri batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis, menambah wawasan serta pengetahuan untuk memahami lebih baik dan membantu penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan di masa kuliah.
- b. Bagi UKM, sebagai informasi dan masukan untuk dapat dipakai sebagai bahan acuan dalam menentukan kebijakan dan langkah-langkah yang perlu dilakukan dimasa yang akan datang demi perkembangan dan kemajuan usaha yang bersangkutan.
- c. Bagi pembaca, sebagai bahan penambah wawasan serta sebagai acuan bagi penelitian berikutnya.