

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan asumsi serta manfaat yang dapat diperoleh melalui penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan warisan asli budaya Indonesia yang sudah ada sejak zaman kerajaan Majapahit dan mulai populer pada akhir abad ke-18. Pada tanggal 02 Oktober 2009 batik ditetapkan sebagai warisan Indonesia “*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*” oleh UNESCO (Anonim, 2009). Dengan semakin pesatnya perkembangan *fashion* global, batik tetap diminati oleh masyarakat umum. Batik juga sering dipakai dalam acara-acara resmi pejabat negara dan pegawai serta digunakan sebagai seragam oleh berbagai institusi. Batik juga diminati oleh berbagai belahan negara di dunia, hal tersebut terbukti dengan naiknya nilai ekspor batik Indonesia ke berbagai negara.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir nilai ekspor batik Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1,1% dari USD 158.627.124 menjadi USD 174.919.384. Perkembangan dunia *fashion* salah satu faktor terhadap meningkatnya nilai ekspor batik Indonesia karena dalam beberapa tahun terakhir batik tidak hanya berupa baju atau kemeja, tapi dapat juga berupa jaket, celana, sepatu hingga tas. Kerajinan batik tersebar di berbagai daerah di Indonesia dan setiap daerah mempunyai ciri khas motif tersendiri, salah satunya batik Madura.

Pamekasan merupakan salah satu kota di pulau Madura yang memproduksi batik, akan tetapi kapasitas produksi batik dan hasil penjualannya masih di bawah kabupaten Bangkalan, hal tersebut dapat dilihat dengan tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1 Produk Industri Tekstil dan Pakaian Jadi (Miliar Rupiah)

Kabupaten/ Kota	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Bangkalan	10,8	11,6	12,3	13,2	13,9
Pamekasan	9,8	10,3	10,9	11,6	12,2
Sumenep	8,6	8,8	9,3	9,4	9,6
Sampang	4,6	4,8	5,1	5,4	5,6

Sumber: Badan Statistik Jawa Timur, 2015

Berdasarkan data pada tabel 1.1 di atas dan survei yang dilakukan terhadap masyarakat Madura, batik Bangkalan lebih mendominasi dalam hal pemasaran produk maupun *brand* dari produk batiknya itu sendiri. Oleh karena untuk meningkatkan pemasaran dan *brand* batik di Pamekasan maka diperlukan beberapa langkah yang harus dilakukan, salah satu langkah yang dapat dilakukan yaitu memperbaiki sistem pemasaran produk batik yang ada di kabupaten Pamekasan.

UKM Pancawarna merupakan salah satu unit usaha yang bergerak di bidang usaha produksi batik. Unit usaha ini terletak di desa Banyumas kecamatan Proppo kabupaten Pamekasan.

Tabel 1.2 Data penjualan batik UKM Pancawarna

Tanggal	Penjualan Batik (Juta Rupiah)
12 Juni 2017	201
19 Juni 2017	190
26 Juni 2017	218
03 Juli 2017	152
10 Juli 2017	247

Tabel 1.2 merupakan data hasil penjualan batik UKM Pancawarna. Hasil penjualan setiap minggunya tidak konstan karena unit usaha ini lebih mengutamakan memproduksi berdasarkan jumlah pesanan. Unit usaha oleh peneliti dipilih sebagai objek karena ditinjau dari segi finansial UKM Pancawarna dinilai mampu untuk menerapkan strategi pemasaran yang akan diusulkan. Selain itu UKM Pancawarna merupakan sentra atau pusat kerajinan batik yang ada di desa Klampar.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian mengenai pemilihan strategi pemasaran produk batik dengan judul “*Aplikasi Metode ANP, Goal Programming dan TOPSIS untuk Pemilihan Strategi Pemasaran pada Produk Batik Pamekasan*”. Dalam menentukan strategi pemasaran terbaik, metode yang diadopsi dalam penelitian yaitu integrasi dari

metode ANP (*Analytic Network Process*), *Goal Programming* dan TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*). Dalam penelitian Liao (2016) perpaduan dari ketiga metode tersebut dinilai lebih sinkron digunakan untuk pemelihan strategi terbaik. Metode ANP digunakan untuk menentukan bobot dan *ranking* dari alternatif strategi. *Goal Programming* digunakan untuk menentukan strategi pemasaran terbaik dengan menggunakan bobot *output* ANP dan parameter dari perusahaan. Sedangkan metode TOPSIS digunakan untuk mencari nilai preferensi dari setiap kriteria yang mempengaruhi alternatif dengan mempertimbangkan jarak terhadap solusi ideal positif dan jarak terhadap solusi ideal negatif. Berdasarkan perbandingan terhadap jarak relatifnya, susunan prioritas alternatif bisa dicapai.

Alternatif dan kriteria yang akan digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara *interview* langsung dengan pihak UKM. Namun sebagai dasar acuan maka penelitian mengajukan beberapa alternatif yang sering digunakan dalam strategi pemasaran, diantaranya *cost leadership*, *differentiation* dan *focus* (Porter, 1980).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini maka dapat dirumuskan beberapa masalah, antara lain:

1. Kriteria apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran produk batik Pamekasan?
2. Bagaimana hubungan kriteria-kriteria yang akan digunakan sebagai pemilihan strategi pemasaran?
3. Apa alternatif strategi pemasaran yang terbaik untuk diterapkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi kriteria strategi pemasaran yang berpengaruh.
2. Mengidentifikasi hubungan kriteria-kriteria yang akan digunakan sebagai pemilihan strategi pemasaran
3. Mengidentifikasi alternatif strategi pemasaran terbaik yang akan dipilih.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak melebar terlalu jauh maka ruang lingkup penelitian ini terdapat batasan masalah, yaitu:

1. Studi kasus dalam penelitian ini dilakukan di UKM Pancawarna yang terletak di desa Klampar kecamatan Proppo Pamekasan.
2. Responden yang dipilih hanya terbatas di bagian pemasaran.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu:

1.5.1 Bagi Pemerintah

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemerintah khususnya disperindag kabupaten Pamekasan lebih memperhatikan pengrajin batik Pamekasan dan menjamin usaha mereka tetap terjaga demi melestarikan kerajinan batik di Pamekasan.

1.5.2 Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat dari perkuliahan pada situasi nyata untuk mengatasi permasalahan yang ada di daerah sekitarnya dan dapat memenuhi syarat akhir kelulusan yakni sebagai tugas akhir (skripsi) jenjang S1 Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura.

1.5.3 Bagi Industri Batik

Dilansir dari Media Madura, menurut anggota komisi II DPRD kabupaten Pamekasan, Syamsuri mengatakan bahwa pengrajin batik sering mengeluh lantaran tidak pernah mendapat perhatian serius dari pemerintah kabupaten setempat. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemerintah setempat lebih memerhatikan para pelaku usaha industri kerajinan batik. Selain itu pelaku usaha juga dapat menerapkan strategi yang akan terpilih guna meningkatkan *brand* dan pemasaran batik Pamekasan.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi studi literatur yang berkaitan dengan penelitian, diantaranya penjelasan tentang batik, strategi pemasaran serta metode-metode yang digunakan yaitu *Analytical Network Process* (ANP), *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) dan *Goal Programming*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang jenis penelitian, variabel penelitian, waktu dan tempat, jenis atau tipe data, peralatan dan bahan penelitian, teknik pengambilan data, penentuan jumlah data, model dasar dan rancangan kuesioner, metode penyelesaian dan *flowchart* penelitian.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, data yang digunakan, proses pengolahan data serta hasilnya hingga analisa dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.