

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran modern saat ini lebih menitikberatkan akan kreativitas produsen dalam menciptakan nilai yang lebih kepada produk yang ditawarkan, harga yang tercantum, bagaimana ketersediaan produk, dan bagaimana ketersediaan produsen mampu memperkenalkan produk yang mereka miliki pada saat ini. Dalam kegiatan promosi yang dilakukan, para pengusaha harus mampu menghitung dengan cermat biaya yang mereka keluarkan sehingga tidak membebani pengeluaran operasional.

Strategi bauran promosi pada saat ini menjadi lebih penting dan sangat besar pengaruhnya terhadap pendapatan yang akan diperoleh oleh pengusaha. Kegiatan promosi yang *mee-too* menjadi tidak relevan dikarenakan konsumen akan menganggap semua produk sama dan tidak terdapat perbedaan. Hal ini tentu akan sangat merugikan bagi para pengusaha. Keunikan dan nilai yang bagus harus terus digali dalam menjaga komunikasi yang menjadi inti dari kegiatan promosi tersebut. (Susanti,2019).

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, UMKM selalu digambarkan sebagai sector yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sector tradisional maupun modern. Pengembangan UMKM ini menjadikan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan perekonomian

masyarakat, potensi UMKM dirunjukkan oleh perannya pemenuhan kebutuhan barasng dan jasa domestic, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi. (Haspari, hakim dan Soeaidy. 2014).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran, serta memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) juga berperan dalam mendorong dalam pertumbuhan ekonomi krisis moneter pada tahun 1997, disaat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya (Triadi, *et al*, 2018).

Selain itu Zalukhu (2018) menjelaskan bahwa pada dasarnya UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pembentukan produk nasional, peningkatan ekspor, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, serta peningkatan dan pemerataan pendapatan. Dalam upaya membangun ekonomi nasional, usaha kecil mendapat prioritas untuk di bina dan di kembangkan dalam rangka memperkuat struktur ekonomi nasional.

Peran UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) secara nasional dapat mencapai 65% atau Rp. 2.394,5 triliun. Namun pada tahun sebelumnya, realisasi kontribusi UMKM terhadap PDB nasional hanya mencapai sekitar 60,34% (Bisnis.com, 2019). Artinya, dari data tersebut, UMKM di Indonesia terdapat peningkatan dalam memberikan kontribusi PDB dari pada tahun sebelumnya. Selain itu, UMKM di Negara Indonesia juga bisa mengurangi jumlah pengangguran. Dapat

diketahui, keberadaan UMKM mampu menyerap tenaga kerja mencapai 50-98 persen (Sindonews.com, 2019). Artinya, UMKM memiliki peran penting untuk membantu Negara Indonesia mengurangi pengangguran.

Secara regional, UMKM di Provinsi Jawa Timur sendiri terus mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga hal tersebut bisa memberikan kontribusi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi dan meminimalisir pengangguran (Purwaningsih *et al*, 2019). Pada tahun 2018 jumlah pengusaha yang tercatat di Kabupaten Bangkalan mencapai 9.737 orang dengan lebih dari 99 persen diantaranya adalah pengusaha kecil. Jumlah pengusaha terbanyak terdapat di Kecamatan Bangkalan yaitu 652 pengusaha atau 7 persen dari total pengusaha di kabupaten bangkalan. Sedangkan pada tahun 2017 Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa jumlah pengusaha UMKM yang tercatat menurut kecamatan di Kabupaten bangkalan mencapai 9.643 orang dengan lebih dari 94 persen di antaranya adalah pengusaha kecil (UKM) dalam hal tersebut jumlah pengusaha yang tercatat di Kabupaten Bangkalan mengalami peningkatan sehingga mampu memberikan kontribusi lebih bagi pengusaha UMKM di kabupaten bangkalan Badan Pengusaha Statistik (BPS,2018)..

Salah satu UMKM yang bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah UMKM Batik. Mifzal (2012) menerangkan bahwa batik merupakan suatu nilai yang memiliki seni oleh bangsa Indonesia. Seni batik diyakini telah dikenal sejak zaman Majapahit dan turun temurun. Hal ini dibuktikan dengan adanya penemuan arca didalam Candi Rimbi yang terletak dekat Kota Jombang. Arca tersebut menggambarkan sosok Raden Wijaya yang memakai kain batik bermotif kawung.

Batik Indonesia juga merupakan kerajinan tangan tradisional yang memiliki unsur budaya yang diwariskan sejak abad ke 19 yang dibuat berbentuk lilin panas dan *canthing*. Batik di Indonesia juga diakui oleh kebudayaan dunia melalui *United National educational, scientific and cultural organization* (UNESCO). Hal ini menjadi angin segar oleh pengrajin batik di Indonesia, dengan harapan budaya batik yang semakin dikenal dunia akan memberikan dampak pada peningkatan produksi batik, sehingga hal ini juga bisa dijadikan wirausaha (Hariyati *et al*, 2013).

Wirausaha yang baik ialah apabila perusahaan tersebut bisa meningkatkan penjualan dalam usahanya. Constantine *et al* (2016) menyampaikan bahwa strategi pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan salah satunya promosi atau yang lebih familiar disebut bauran promosi. Hal tersebut dilakukan agar mampu memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan penjualan dalam suatu usahanya.

Dalam hal ini juga diperkuat oleh Syamsu *et al.*, (2014) bahwa adanya bauran promosi juga dapat mempertahankan usahanya dalam menghadapi pangsa pasar yang kian ketat dalam persaingannya. Dari uraian sebelumnya, peneliti ingin meneliti UMKM batik di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, Madura. Sebagaimana yang dilansir dalam Liputan6.com (2019) bahwa Batik di Kecamatan Tanjung Bumi merupakan salah satu sentra produksi batik di Pulau Madura. Selain itu, keunikan dari batik Tanjung Bumi salah satunya memiliki motif yang khas. Motif yang sangat lembut dan warnanya yang mengisi diseluruh kain membuat masyarakat tertarik pada batik tersebut. Untuk memiliki warna yang cerah, maka diperlukan warna

yang alami.

Dengan banyaknya batik luar yang secara massif masuk ke dalam pasar. Hal seperti ini yang mengharuskan para pengrajin batik Tanjung Bumi untuk terus berupaya agar khas batik Tanjung Bumi tetap bertahan dan di kenal di internasional. Bagi sebagian orang awam, sulit membedakan pakaian Antara tekstil bermotif batik dan batik tulis, batik cao, serta batik kombinasi. Seringkali yang terjadi adalah berniat membeli pakaian batik asli, namun justru konsumen membeli tekstil bermotif batik cap. Kondisi ini memberi peluang kepada para pedagang batik yang nakan untuk mencurangi konsumen sehingga mampu bersaing dengan hasil karya batik Tanjung Bumi (Sari, *et al.*,2019).

Batik Tanjung Bumi ini juga memiliki ciri khusus yang menjadi pembeda dengan batik yang lainnya, yaitu memiliki warna yang semakin lama semakin tajam warnanya. Warna batik yang mecolok memiliki tehnik pencelupan warna batik yang berulang-ulang sehingga warna yang dihasilkan menjadi lebih tahan lama (Habiby,2018).

Selain itu batik tanjung bumi juga memiliki keunikan serta memiliki filosofi yang luar biasa. Yang menjadi pembeda dengan batik yang lainnya batik Tanjung Bumi ini memiliki warna-warna yang mencolok seperti menggambarkan kehidupan keberanian masyarakat Madura. Keistimewaan batik Tanjung Bumi ini yang menjadikan ciri khas Madura yang terkenal pemberani dalam memadukan pilihan warna yang mencolok (Suminto,2019).

Terlepas dari uraian di atas hasil industri kain batik di desa macajah juga tidak jauh berbeda dengan yang di hasilkan batik Tanjung Bumi. Setiap detail yang di munculkan tidak terlepas dari ekologi pembuatannya yang merupakan masyarakat

pesisir, salah satunya ditunjukkan oleh motif bernuansa lautan, seperti sisik ikan, kerang, dan sulur rumput laut (Habiby,2018).

Berdasarkan keterangan diatas, maka peneliti tertarik ingin meneliti UMKM Sumber Arafat yang dimiliki oleh Hj. Darmayanti. Usaha ini terletak di Jalan Raya Tanjung Bumi, lebih tepatnya berada di sebelah barat Kantor Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Usaha ini juga cukup terbilang masih baru berdiri, dengan tekad dan usahanya, Hj. Darmayanti bisa menjalankan usaha UMKM Sumber Arafat ini sejak tahun 2004.

UMKM Sumber Arafat adalah salah satu UMKM yang memasarkan produknya dipasaran. UMKM Sumber Arafat merupakan industri batik rumahan yang memproduksi aneka macam batik, pemasaran pada UMKM Sumber Arafat tidak langsung menggunakan bauran promosi, akan tetapi hanya dipasarkan ditempat usaha saja, sehingga tidak banyak orang yang mengetahui tempat usaha tersebut. Hal ini berpengaruh pada volume penjualan yang diproduksi. Seiring dengan berjalannya waktu, UMKM Sumber Arafat menentukan strategi yang cocok untuk memasarkan produk berdasarkan keadaan perusahaan yang berupa industri rumahan. Salah satunya menggunakan bauran promosi. Pada UMKM Sumber Arafat, produk yang dipasarkan berupa kain batik, motif batik dipilih karena dianggap menarik dan paling diminati oleh kalangan masyarakat. Salah satu motif yang ditonjolkan pada UMKM Sumber Arafat ini adalah batik gentongan motif batik ini dijadikan sebagai ciri khas batik Tanjung Bumi. Kerana pembuatan batik gentongan ini memiliki ciri khas dalam pembuatannya dan proses pewarnaannya yang tidak sama dengan batik yang lain pada umumnya.

Seiring dengan berjalannya waktu UMKM Sumber Arafat menginginkan adanya perubahan dalam penjualannya sehingga memutuskan untuk menggunakan bauran promosi sebagai langkah untuk memasarkan produknya pada pangsa pasar yang lebih luas. Bauran promosi yang digunakan meliputi periklanan dan promosi penjualan. UMKM Sumber Arafat membuat selebaran brosur dan kartu nama sebagai strategi pemasaran periklanan dengan tujuan untuk memberitahukan kepada konsumen melalui gambar yang ditempelkan di tempat yang strategis. Pemberian kartu nama kepada konsumen dilakukan sebagai tanda pengenalan UMKM Sumber Arafat sehingga memudahkan konsumen untuk mencari alamat UMKM Sumber Arafat. Selain itu juga melakukan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial berupa facebook dan whatsapp yang disiapkan untuk konsumen yang jauh dari tempat usaha sehingga mereka tetap dapat menikmati produk batik melalui proses pemesanan. Bentuk promosi penjualan berikutnya berupa pemberian potongan penjualan kepada konsumen, hal ini dilakukan sebagai tanda terima kasih atau penghargaan kepada konsumen agar konsumen mempercayai produk batik sehingga akan melakukan pembelian ulang.

Berbekal latar belakang diatas maka perlu dikaji terlebih dahulu bagaimana strategi bauran promosi yang di terapkan oleh UMKM Batik Tanjung Bumi dalam mempromosikan batiknya. Penulis merasa perlu untuk mengulas secara lebih dalam dengan judul “Strategi Bauran Promosi Batik Tanjung Bumi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan pada UMKM Sumber Arafat”

1.2 Rumusan Masalah

Ditinjau dari latar belakang diatas maka pokok permasalahan yang dapat peneliti uraikan adalah :

1. Bagaimana penerapan bauran promosi pada UMKM Batik Tanjung Bumi?
2. Bagaimana strategi bauran promosi pada UMKM Batik Tanjung Bumi untuk meningkatkan penjualan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti mempunyai tujuan diantaranya yaitu:

1. Mengetahui bagaimana penerapan bauran promosi pada UMKM Batik Tanjung Bumi.
2. Mengetahui bagaimana strategi bauran promosi pada UMKM Batik Tanjung Bumi ini untuk meningkatkan penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti mempunyai manfaat diantaranya yaitu:

1. Manfaat teoritis penelitian ini diterapkan dapat dijadikan bahan acuan atau pembelajaran bagi pelajar, mahasiswa, serta kalangan akademik lainnya
2. Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi mengenai tingkat penjualan dalam kegiatan promosi yang diterapkan oleh pengrajin batik yang ada di Tanjung Bumi.