

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-harinya manusia mempunyai ketergantungan yang sangat erat dengan lingkungannya.<sup>1</sup> Lingkungan hidup adalah jumlah semua benda yang hidup dan tidak hidup serta kondisi yang ada dalam ruang yang ditempati.<sup>2</sup> Manusia memerlukan daya dukungan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>3</sup> Berbagai kebutuhan primer seperti sandang, pangan, papan tergantung terhadap lingkungannya.

Negara Indonesia di kenal dengan keanekaragaman budaya serta bahasanya. Selain terkenal dengan keanekaragaman budaya dan bahasa, Indonesia juga dikenal dengan batiknya.<sup>4</sup> Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang patut untuk dilestarikan sebagai bentuk kecintaan kepada bangsa Indonesia ini. Setiap daerah di Indonesia memiliki batik dengan corak dan motif yang berbeda-beda.

Bangkalan merupakan daerah yang strategis semenjak jembatan Suramadu yang menghubungkan antara kedua pulau yaitu Surabaya dan pulau Madura selesai dibangun. Posisi kabupaten Bangkalan ini lebih dekat dengan Suramadu jika dibandingkan dengan kabupaten lainnya di Madura.

---

<sup>1</sup>Johan Iskandar, *Manusia dan Lingkungan dengan Berbagai Perubahannya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 1.

<sup>2</sup>Safrilsyah dan Fitriani, "Agama Dan Kesadaran Menjaga Lingkungan Hidup", *Substantia*, Vol. 16, No.1 (April 2014), 63.

<sup>3</sup>Mukhlis Akhadi, *Ekologi Energi (Mengenal Dampak Lingkungan dalam Pemanfaatan Sumber-Sumber Energi)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 1.

<sup>4</sup>Sayyida, Nurdody Zakki, *Jurnal "PERFORMANCE" Bisnis & Akuntansi IV*, VOL 2, September 2014, Fakultas Ekonomi Universitas Wiraraja Sumenep Madura, 45.

Jadi, wajar saja jika disepanjang jalan menuju kota Bangkalan, banyak berdiri tempat-tempat yang menjual batik tulis khas daerah Bangkalan.<sup>5</sup>

Batik Madura adalah salah satu batik yang memiliki keunikan tersendiri corak dan ragamnya memiliki kebebasan di setiap motifnya, Sifat produksinya yang personal dan masih mempertahankan cara-cara tradisional serta senantiasa menggunakan bahan pewarna alami yang ramah dengan lingkungan.<sup>6</sup> Motif dan warna yang tertuang dalam batik Madura sangat khas, motif flora dan fauna. Sedangkan untuk warna, yaitu warna cerah seperti kuning, Oranye, Merah, Hijau Tua. Untuk motifnya, batik Madura biasanya bergambar Burung yang merupakan ciri khas Tanjung Bumi.<sup>7</sup> Batik Madura bukan hanya sekedar kain, namun telah menjadi ikon budaya. Motif dan warna yang tertuang di dalamnya merefleksikan karakter masyarakat Khususnya batik buatan Tanjung Bumi di Kabupaten Bangkalan Madura Jawa timur. Tidak heran jika UNESCO menetapkan batik sebagai warisan budaya tak benda pada tingkat dunia yang dimiliki oleh Indonesia pada tanggal 2 oktober 2009. Merupakan Salah satu batik Indonesia yang sangat terkenal adalah Batik Madura.<sup>8</sup>

Perdagangan internasioanal merupakan salah satu aspek yang terpenting dalam perekonomian disuatu negara. Di eraglobal seperti ini tidak ada satupun negara yang tidak melakukan hubungan dagang dengan pihak

---

<sup>5</sup>Radarmadura.co.id, diakses pada tanggal 20 mei 2017, 4.

<sup>6</sup>*Ibid...*,7.

<sup>7</sup>Deka Perdana Putra, *Kerajinan Batik Tulis Madura Karya Haji Sadili di desa Pagendingan Kecamatan Galis Kabupatn Pamekasan*, 1.

<sup>8</sup> Ekuitas: *Jurnal ekonomi dan ke uangan*- volume 20, nomor 3, septembr 2016. 325.

luar negeri. Dengan semakin terbukanya sistem perekonomian dunia dan di sepakatinnya WTO (*world trade organization*) sejak tahun 1994.<sup>9</sup> Sejak Memasuki perdagangan bebas (MEA) yang dilaksanakan pada akhir tahun 2015, seluruh komponen dalam industrialisasi perdagangan dihadapkan pada situasi dimana pelaku bisnis harus bisa bersaing, dengan masuknya barang-barang dari China yang harganya sangat murah. Persaingan antara perusahaan terjadi guna *bias survive* di tengah ketidak pastian gejolak ekonomi yang hampir dialami oleh semua Negara, tak terkecuali Indonesia.<sup>10</sup> Hal ini menjadi kesempatan yang tidak boleh disia-siakan oleh para produsen batik tulis Tanjung Bumi, oleh karenanya dibutuhkan strategi dalam melakukan pemasaran serta tidak bertentangan dengan ajaran islam.

Di dalam melakukan suatu usaha pastinya tidak lepas yang namanya persaingan dan harus memegang teguh ajaran islam. Dimana persaingan tersebut dilakukan terus menerus untuk saling mengungguli bahwa manusia berhasil menciptakan produk-produk baru. Untuk terciptanya keadilan dan kesejahteraan bagi semua pihak, persaingan yang harus dilakukan adalah persaingan yang sehat atau bisa dikatakan juga dnegan persaingan yang sesuai dengan ajaran islam. Persaingan bisnis yang semakin ketat saat menuntut pihak manajemen sebuah perusahaan untuk menggunakan strategi-strategi bersaing dalam berbisnis, seperti penentuan segmen pasar, desain produk, dan yang paling penting adalah strategi pemasaran yang tepat bagi produk atau jasa layanan yang dijualnya. Meskipun imbalan dalam berbisnis

---

<sup>9</sup>Aldila septiana, "*Ekonomi Internasional (pemahaman dasar dan aplikasi)*" kamal, Bangkalan UTM PRES, 2015), 149.

<sup>10</sup>Zakki, *Jurnal "PERFORMANCE" Bisnis & Akuntansi*, 45.

menggiurkan, tapi ada juga biaya yang berhubungan dengan kepemilikan bisnis tersebut. Memulai bisnisnya sendiri, biasanya memerlukan kerja keras, menyita banyak waktu dan membutuhkan kekuatan emosi.<sup>11</sup>

Strategi merupakan salah satu faktor penentuan dalam membentuk keunggulan bisnis. Strategilah yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah proses bisnis. Strategi pemasaran yang efektif artinya ketika tingkat penjualan mengalami ke stabilan atau akan meningkat dari tahun ketahun sesuai dengan kuantitas atau kualitatif produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha untuk mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan.<sup>12</sup> Persaingan tersebut bukan hanya untuk bersaing dengan produsen lain dari dalam negeri, tapi juga produsen dari luar negeri (China).

Indonesia sudah ikut serta dalam perekonomian ASEAN-*China Free Trade Agreement* (ACFTA). ASEAN *China Free Trade Agreement* (ACFTA) merupakan perjanjian perdagangan bebas antara enam negara anggota ASEAN yakni Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Brunei Darussalam dengan China. Seperti diketahui implementasi ACFTA telah dimulai pada tanggal 1 Januari 2010 dengan tujuan membuka *Market Access* yang selebar-lebarnya sehingga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Dasar hukum ACFTA adalah perjanjian payung di bidang kerjasama

---

<sup>11</sup>Justin G. Longenecker, dkk. *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba empat, 2001), .9.

<sup>12</sup>Arif junaidi, "*Pemasaran Batik Madura Dalam Perspektif Menjemen Syariah*": 20 | DINAR, Vol. 1 No. 2 Januari 2015

ekonomi komprehensif antara ASEAN dan Cina yaitu *Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-operation between ASEAN and the People's Republic of China* (Framework Agreement).<sup>13</sup>

Perjanjian ini ditandatangani pada 5 November 2002 dan melahirkan tiga kesepakatan, yaitu pertama *Agreement on Trade in Goods* atau (kesepakatan perdagangan di bidang barang), kedua *Agreement on Trade in Service* atau (kesepakatan perdagangan di bidang jasa), dan yang ketiga *Agreement on Investment* atau (kesepakatan di bidang investasi) Dengan diberlakukannya ACFTA hampir tidak ada hambatan dan pembatasan perdagangan antara negara-negara anggota ACFTA.<sup>14</sup> Perjanjian tersebut akan secara bertahap menghapus 8.000 pos tarif, termasuk di dalamnya tekstil dan garmen, alas kaki dan produk kulit, keramik, makanan dan minuman, besi dan baja, petrokimia, dan elektronik. Sedangkan pengurangan tarif impor berkisar dari 5 persen menjadi 0 persen, atau dari 2,5 persen menjadi 0 persen adanya pengurangan bahkan penghapusan tarif bea masuk, mengakibatkan produk-produk impor khususnya produk dari China semakin mudah masuk ke pasar Indonesia dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk-produk lokal.<sup>15</sup> Hal ini akan membuat produk-produk lokal kalah bersaing dengan produk-produk impor. Tentu saja kita sebagai orang Indonesia tidak menginginkan hal itu terjadi khususnya masyarakat tanjung bumi yang mana

---

<sup>13</sup>Jurnal *Strategi dan Bisnis*, Vol 1 No 2, Oktober 2013

<sup>14</sup>Jurnal *Stie Semarang* Vol 4, no 1 edisi februari 2012 (ISSN 2252-7826)

<sup>15</sup>Emil Ady Putra, *Analisis Pengaruh Implementasi Asan-China Free Trade Agreement (ACFTA) Terhadap Pengembangan Usaha Industri Batik*(Studi Kasus di Sentra Industri Batik Pesindon dan Kauman, Kota Pekalongan), Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas ekonomi Universitas Negeri Semarang 2012,1-3.

mayoritas penduduknya adalah beragama islam, Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Produsen Batik Tulis Tanjung Bumi Untuk Bersaing Dengan Batik Impor Dalam Perspektif Islam”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka Penulis memiliki beberapa masalah yang akan diteliti. Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Pemasaran Produsen Batik Tulis Tanjung Bumi Untuk Bersaing Dengan Batik Impor Dalam Perspektif Islam?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berlandaskan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan dan kegunaan yang dicapai antara lain: Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produsen Batik Tulis Tanjung Bumi untuk Bersaing dengan Batik Impor Dalam Perspektif Islam.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai media untuk memahami dan menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran islam.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan menambah khazanah intelektual dan sebagai bahan referensi bagi akademisi dan praktisi di dalam penelitian selanjutnya.

- c. Sebagai media pengembangan penelitian dari teori-teori sebelumnya.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Dapat mengetahui Strategi Pemasaran Islami yang dilakukan oleh produsen Batik Tulis Tanjung Bumi untuk Bersaing dengan Batik Impor di tinjau Dalam Perspektif Islam.
- b. Menjadi masukan dan saran bagi para praktisi, akademisi dalam penelitian selanjutnya.

## E. Kajian Pustaka

Cukup banyak karya-karya ilmiah yang membahas tentang Strategi Pemasaran Islami namun yang membedakannya adalah produsen Batik Tulis Tanjung Bumi untuk Bersaing dengan Batik Impor dalam perspektif Islam, baik dari buku, jurnal, skripsi, ataupun dalam bentuk karya ilmiah lainnya. Berikut ini, penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang Strategi Pemasaran Batik Tulis Tanjung Bumi yang menjadi acuan dalam penelitian penulis, diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Gerald Soehandono, dengan judul “*Analisis Teori Permainan dan SWOT untuk Penentuan Strategi pemasaran Pada Industri kecil Menengah Batik Tulis di Jawa Timur (Studi kasus di Surabaya, Sidoarjo, Bangkalan dan Pamekasan)*”. Pada penelitian ini

meneliti strategi pemasaran batik yang kompetitif untuk menghadapi persaingan luar negeri.<sup>16</sup>

2. Devie Sonia Arini, *Strategi Pemasaran Home Industri Batik Tulis Sumber Sari Maesan Bondowoso*. Pada penelitian ini peneliti menggali informasi dari pemilik industri batik tulis sumber sari mengenai strategi yang digunakan. Dalam hal ini pemilik terfokuskan dalam menggunakan strategi STP (segmentasi, targeting, positioning).<sup>17</sup>

Setelah penulis melakukan analisa dari penelitian-penelitian di atas, maka pada dasarnya semuanya memiliki keterkaitan dengan strategi pemasaran batik. Yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu:

1. Penelitian ini ditujukan pada produsen batik tulis Tanjung Bumi.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan dikaitkan dengan perspektif islam.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Agar penulisan skripsi ini terurai secara sistematis dan mudah dipahami. Maka sistematika pembahasan yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar Belakang, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Kajian pustaka, dan Sistematika Pembahasan.

---

<sup>16</sup>Geraldly Soehandono“*Analisis Teori Permainan dan SWOT untuk Penentuan Strategi pemasaran Pada Industri kecil Menengah Batik Tulis di Jawa Timur* (Studi kasus di Surabaya, Sidoarjo, Bangkalan dan Pamekasan).*Skripsi* (surabaya: institut agama islam negeri sunan ampel, 2014)

<sup>17</sup>Devie Sonia Arini, *Strategi Pemasaran Home Industri Batik Tulis Sumber Sari Maesan Bondowoso*.*skripsi* (surabaya: institut agama islam negeri sunan ampel, 2014)

## **BAB II : KERANGKA TEORI**

Pada bab ini membahas tentang Strategi, Pemasaran, dan Strategi pemasaran dalam perspektif islami.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Sumber Data, Lokasi dan Subjek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang Gambaran Umum Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung bumi Kabupaten Bangkalan, kegiatan strategi pemasaran, strategi pemasaran secara islami produsen batik tulis Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan yang di tinjau dari perspektif islam.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi Kesimpulan yang menyimpulkan keseluruhan hasil penelitian dan berisi Saran-saran. Kemudian diakhiri dengan Daftar Pustaka dan Lampiran-lampiran.

