

PENDAHULUAN

Identitas suatu negara dapat dilihat dari berbagai hal, seperti kebudayaan, bahasa, dan suku. Negara Indonesia merupakan negara multikultur yang dapat ditemui dari Pulau Sabang sampai Pulau Merauke. Beragamnya kebudayaan membuat masyarakat harus menjaga dan melestarikannya. Salah satu kebudayaan yang resmi dimasukkan dalam UNESCO sebagai warisan negara Indonesia adalah batik. Batik masuk ke dalam 76 warisan budaya tak benda Indonesia yang diresmikan pada tahun 2009 (Nugraha & Nursyamsu, 2020). Menurut Wulandari dalam Lans et al. (2018) pengakuan kebudayaan batik oleh UNESCO menjadi nilai tambah ekonomis, sehingga banyak bermunculan usaha batik.

Salah satu daerah pengrajin batik yaitu Kabupaten Bojonegoro. Menurut Rosyidah et al. (2017) batik merupakan pemberian motif tertentu pada kain dengan menggunakan canting dalam proses tutup celup. Motif batik dapat mencerminkan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah. Pada bulan Maret 2020 diketahui penyebaran virus *corona* membawa dampak besar bagi dunia perekonomian. Hal tersebut terlihat dari jumlah PHK di Kabupaten Bojonegoro yang mencapai 17.697 orang pekerja (Adarrma, 2021). Sehingga dengan berinovasinya pengrajin batik Bojonegoro di tengah pandemi dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Keberadaan pelaku UMKM terus mengalami peningkatan dilihat dari skala usahanya (Fitriana & Putri, 2021). Hal tersebut dikarenakan UMKM memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian di suatu negara. Terdapat beberapa peraturan dari pemerintah untuk melindungi UMKM, salah satunya yaitu Ketetapan MPR Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang perlunya diberdayakan politik ekonomi pada UMKM, sehingga dapat menciptakan keseimbangan dan keadilan. Menurut Jayani (2021) kontribusi UMKM 2019 terhadap kemiskinan di Indonesia cukup besar, terbukti dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 96,92% serta sebesar 22,9% dapat menyumbang PDB. Hal tersebut berarti UMKM adalah suatu usaha yang produktif serta mampu mendukung perekonomian baik secara mikro maupun makro.

Pengrajin batik Bojonegoro setidaknya ada 50 UMKM dari total 112.140 UMKM di 27 kecamatan (Laily et al., 2019). Salah satunya yaitu usaha Batik'e Seto yang berlokasi di Kecamatan Temayang, Kabupaten Bojonegoro. Batik'e Seto bergerak dalam pembuatan batik tulis. Produk Batik'e Seto telah dipasarkan diberbagai daerah seperti Bojonegoro, Madiun, Solo, dan Wonosobo. Banyaknya pesaing batik di Bojonegoro membuat jumlah permintaan batik pada Batik'e Seto mengalami fluktuasi yang cukup signifikan pada tahun 2021. Dimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Data Permintaan Batik'e Seto Pada Bulan April-Juli 2021

Bulan	Jumlah
April	19 pcs
Mei	28 pcs

Juni	183 pcs
Juli	33 pcs

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah permintaan tertinggi terjadi pada bulan juni yaitu sebesar 183 pcs. Hal tersebut dikarenakan pada bulan tersebut terjadi kenaikan kelas dan menjelang hari raya. Sehingga permintaan batik tulis relatif meningkat.

Pada teori permintaan terdapat faktor serta karakteristik yang berbeda-beda, dimana dapat mempengaruhi permintaan konsumen. Imtihan & Irwandi (2020) menjelaskan permintaan konsumen dipengaruhi harga barang tersebut dan barang lain, pendapatan, kualitas, jumlah penduduk, prediksi di masa mendatang serta selera. Terjadinya peningkatan konsumsi terhadap produk batik tulis dikarenakan adanya preferensi konsumen. Selain itu, untuk mempertahankan pelanggan Batik'e Seto harus menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pelaksanaan *customer relationship management* pada Batik'e Seto. Komalasari & Nurmasari (2020) menjelaskan bahwa keberhasilan *customer relationship management* dapat dilihat dari faktor manusia, proses, dan teknologi. Dimana faktor tersebut digunakan untuk mengoptimalkan hubungan dengan semua pelanggan.

Preferensi konsumen disebabkan karena adanya perbedaan dari masing-masing keinginan konsumen terkait atribut-atribut pada produk. Oleh karena itu Batik'e Seto harus mengetahui apa saja keinginan dari konsumennya. Selain itu dengan banyaknya pesaing Batik'e Seto tidak boleh hanya mengandalkan produk yang dihasilkan. Melainkan harus menjalin hubungan baik dengan pelanggan yaitu dengan melaksanakan *customer relationship management*. Hal tersebut perlu dilakukan agar Batik'e Seto dapat mempertahankan pelanggan serta meningkatkan permintaan batik. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2021) terjadi peningkatan ekspor batik di masa pandemi. Sehingga penelitian preferensi konsumen dan *customer relationship management* pada batik menjadi sangat penting. Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui karakteristik konsumen batik tulis (2) Mengetahui atribut yang menjadi pilihan konsumen dalam membeli batik tulis dan (3) Menganalisis pelaksanaan *customer relationship management* pada UMKM Batik'e Seto.