

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era perdagangan bebas yang sangat ketat mengakibatkan banyak perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan juga pada pola perilaku persaingan di dalam menjalankan bisnis. Setiap pengusaha pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Setiap usaha yang dijalankan mempunyai tujuan dan untuk mewujudkan tujuan tersebut perusahaan membutuhkan strategi pemasaran, yaitu proses dimana antara perusahaan dan pelanggan membangun hubungan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Untuk meningkatkan penjualan perusahaan saat ini banyak menggunakan strategi promosi.

Menurut Johnson and Scholes (2016 : 29) Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan. Sedangkan menurut Siagian (2016 : 29) Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Promosi merupakan salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkannya. Kegiatan promosi ditujukan untuk memberikan informasi, membujuk, serta memperingatkan konsumen akan produk dengan tujuan untuk menciptakan penjualan yang diinginkan menurut (Zeithaml dan Bitner dalam Donni Juni Priansa 2017 : 37). Sedangkan menurut Agus (2013 : 38) promosi adalah kegiatan

pemasaran untuk memberitahukan konsumen tentang produk untuk melakukan kegiatan pembelian. Setiap perusahaan seharusnya harus dapat menentukan dengan benar dan tepat dalam menggunakan alat promosi apakah yang akan digunakan dalam mendapatkan keberhasilan dalam melakukan promosi.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) strategi promosi merupakan kegiatan untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari konsumen. Kegiatan promosi harus di rencanakan dengan baik agar tercipta suasana yang kondusif dan konsumen dapat menjadi tahu, kemudian dapat tertarik dan senang pada produk yang di promosikan. Selanjutnya konsumen diharapkan bersedia untuk mengeluarkan uang untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.

Dengan menggunakan strategi promosi yang baik dan benar, perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan sangat cepat, karena strategi promosi merupakan hal yang sangat penting dalam dunia pemasaran, strategi promosi bukan hanya bisa digunakan dalam perusahaan, tetapi juga bisa dilakukan dimana saja, tidak hanya barang atau produk yang baru, barang yang sudah lamapun dapat di promosikan agar meningkat penjualannya, contoh seperti barang antik berupa senjata tradisional, penulis akan menerapkan strategi promosi untuk meningkatkan produk berupa senjata tradisional yang sangat antik.

Strategi promosi tidak hanya digunakan oleh perusahaan besar saja, namun bagi perusahaan bertaraf menengah kebawah juga harus memiliki strategi promosi agar penjualan produknya lancar dan dapat dikenal oleh konsumen. Salah satunya oleh pengusaha senjata tradisional, senjata tradisional merupakan produk budaya yang lekat hubungannya dengan suatu masyarakat, selain digunakan untuk berlandung dari serangan musuh, senjata tradisional juga digunakan dalam kegiatan berladang dan berburu, lebih dari fungsinya, senjata tradisional kini menjadi identitas suatu bangsa yang turut memperkaya khazanah kebudayaan nusantara.

Sejak zaman dahulu, senjata sudah di pergunakan oleh nenek moyang kita. Tentu saja senjata yang di gunakan dahulu tidak sama dengan senjata yang di gunakan saat ini. Manusia dahulu, biasa menggunakan kayu, batu, atau tulang binatang sebagai senjata. Semakin lama, manusia menjadi lebih pandai untuk membuat senjata. Manusia mulai membuat senjata yang berasal dari logam seperti besi, baja atau perunggu yang dahulunya masih menggunakan batu. Bentuk senjata senjata tersebut pun sangat beragam.

Perkembangan senjata tradisional di Indonesia kini mulai berkembang pesat. Bukan hanya pulau Madura yang sudah dikenal oleh seluruh dunia. Tetapi bukan hanya satu senjata daerah yang mulai menarik perhatian warga setempat dan warga asing. Sebagian besar Sabit atau Clurit yang hanya di kenal oleh masyarakat adalah senjata daerah Madura. Namun kini senjata daerah berupa senjata pusaka Keris juga mulai dikenal oleh masyarakat luas.

Salah satu Desa yang terdapat di pulau Madura yang mengembangkan senjata daerah. Desa tersebut adalah Desa Aeng Tong Tong, pada tahun 2015, UNESCO telah menetapkan keris sebagai salah satu benda pusaka warisan dunia pada kategori non bendawi. Saat itu Kabupaten Sumenep di akui sebagai daerah yang memiliki pengerajin keris terbanyak di dunia. Jumlah keseluruhan perajin keris di Kabupaten Sumenep mencapai 640 orang dan sebagian besar berada di Desa Aeng Tong – Tong. Proses pembuatan keris tidak seperti dahulu yang harus melakukan semedi atau bertapa seperti para Mpu di zaman dulu. Menurut sejarah di Sumenep, Mpu yang membuat keris dan sangat terkenal adalah Mpu Kelleng dari Keraton Songennep, dan keris yang dibuat sangat terkenal keampuhannya. Di zaman sekarang, mpu-mpu warga Desa Aeng Tong-Tong dapat membuat keris yang menghasilkan kerajinan yang mampu menarik perhatian dunia. Pada zaman dahulu, mpu membuat keris untuk kepentingan perjuangan bela Negara atau kerajaan, namun untuk keris hasil karya mpu modern untuk mencari nafkah atau kepentingan bisnis. Banyak keris hasil karya mpu modern Sumenep banyak di minati dan juga laris saat di pasarkan di pameran keris skala nasional ataupun

internasional. Keris hasil karya mpu modern Sumenep mampu terjual cukup mahal di pameran keris tersebut, salah satunya karya mpu Anyar yang terbuat dari besi tua dan bertatahkan emas murni mampu menembus harga Rp.45.000.000.-. (dikutip dari www.suryamalang.com)

Keris adalah senjata golongan belati yang berujung runcing dan tajam pada kedua sisinya dengan banyak fungsi budaya dikawasan nusantara bagian barat dan tengah. Bentuknya mudah dibedakan dari senjata tajam lainnya karena tidak simetris dan bilahnya berkelok-kelok. Pada masa lalu keris berfungsi sebagai senjata untuk peperangan sekaligus sebagai benda pelengkap sesajian. Di zaman sekarang, keris digunakan sebagai benda aksesoris atau ageman dalam berbusana, memiliki sejumlah symbol budaya, atau menjadi benda koleksi yang dinilai dari segi estetikanya. (dikutip dari www.wikipedia.com)

Keris asal Desa Aeng Tong-Tong ini sangat diminati penggemar keris, baik di Indonesia ataupun di luar negeri. Yang membuat keris di Desa Aeng Tong-Tong berbeda dengan keris lainnya adalah garapannya yang sangat halus, baik dari kerisnya atau rumah kerisnya. Proses pembuatan keris dimulai dari penempaan besi menjadi sebuah bahan dasar keris, dalam proses ini juga dimasukkan pamor ke dalam keris tersebut. Kemudian keris di tempa lipat menggabungkan plat-plat baja menjadi sebuah keris dengan proses pemanasan, sampai menjadi sebuah keris setidaknya terdiri dari 150 kipatan, setelah dirasa cukup kemudian diperhaluh dengan gerinda, kemudian ditambahkan tembaga atau emas, dan kemudian di ukir sesuai pesanan. Tahap akhir keris akan disepuh untuk memunculkan warna yang di inginkan. (dikutip dari www.kompas.com)

Bupati Sumenep, Abuya Busyro Karim, bertekad untuk menjaga warisan budaya sebagai pembuat keris asal Sumenep, yang sejatinya sejak jaman kerajaan Sumenep itu ada. Kota keris Sumenep menjadi ikon Sumenep seiring dengan di tetapkan Desa Aeng Tong-Tong, Kecamatan Seronggi. Sebagai kampung keris, sebagai penunjang Visit Sumenep 2018 yang salah satu andalan wisatanya adalah kampung keris, Desa Aeng

Tong-Tong. (dikutip dari www.suryamalang.com)

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini di maksudkan untuk mengetahui strategi bauran komunikasi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan keris didesa Aeng Tong-Tong Sumenep.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini ialah :

1. Bagaimana strategi bauran komunikasi pemasaran yang di gunakan untuk meningkatkan penjualan senjata keris didesa Aeng Tong-Tong Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi bauran komunikasi pemasaran yang di gunakan untuk meningkatkan penjualan senjata keris didesa Aeng Tong-Tong Sumenep.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai:

1.4.1 Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebagai sumbangan dalam kajian ilmu Manajemen, khususnya yang berkaitan dengan strategi bauran komunikasi pemasaran keris didesa Aeng Tong-Tong Sumenep untuk memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya. Dan juga di harapkan penelitian ini juga berguna bagi masyarakat desa Aeng Tong-Tong untuk meningkatkan penjualan senjata keris melalu strategi promosi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan wawasan kepada pihak-pihak yang mempunyai perhatian terhadap kelestarian senjata keris dalam perkembangannya, dan

juga di harapkan penelitian ini memberikan sumbangan saran dalam meningkatkan penjualan senjata keris didesa Aeng Tong-Tong Sumenep.