

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan besar maupun kecil cenderung mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk melakukan promosi demi mempertahankan sebuah produk dan penguatan sebuah merek, selain itu, demi meningkatkan angka penjualan, perusahaan gencar melakukan promosi penjualan dalam memasarkan produknya. Untuk itu dibutuhkan pendekatan baru dimana alat – alat komunikasi pemasaran bisa berjalan efektif dan terintegrasi. Salah satunya dengan cara melakukan komunikasi pemasaran terpadu atau (*IMC-integrated marketing communication*). Komunikasi pemasaran terpadu adalah kegiatan yang berupaya memadukan antara periklanan dengan alat – alat komunikasi pemasaran lainnya seperti humas, pemasaran langsung promosi penjualan serta event sponsorship untuk bisa bersama – sama. Kotler & Armstrong 2001, hal 138).

Berdasarkan konsep komunikasi pemasaran terpadu, perusahaan secara seksama memadukan dan mengkoordinasikan semua bauran pemasaran untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan berpengaruh kuat. Komunikasi pemasaran terpadu membentuk identitas merek yang kuat dengan mengikat bersama serta memperkuat citra dan pesan yang disampaikan perusahaan selain itu, komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan dapat menghasilkan konsistensi komunikasi yang lebih baik, anggaran komunikasi yang lebih efektif, dan dampak penjualan yang lebih besar.

Batik merupakan industri tekstil yang menyerap tenaga kerja yang cukup besar serta mempunyai kontribusi terhadap perekonomian nasional. Setelah batik diakui sebagai warisan budaya Indonesia oleh UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) pada 2 Oktober 2009, membuat industri batik di seluruh tanah air mulai dilirik dan mendapat perhatian baik oleh pihak swasta maupun dari pemerintah (Kompas, 8 Februari 2010).

Semakin lama pola pikir konsumen berubah seiring perkembangan jaman. Konsumen yang dulunya hanya memakai baju biasa, seperti baju butik, kini mulai beralih memakai baju batik khas daerah masing-masing. Sehingga lambat laun baju biasa atau baju seragam biasa mulai ditinggalkan dalam lingkungan kerja maupun di dalam perkantoran, karena sejak batik Indonesia diklaim negara Malaysia sebagai budaya mereka, pemerintah Indonesia membuat statmen (pengakuan) bahwa batik merupakan hasil buah pikir dan budaya asli Indonesia yang harus dijaga dan dilestarikan. Memasyarakatkan baju batik di kalangan sekolah, kantor, maupun perusahaan merupakan langkah awal untuk bisa mempertahankan kebudayaan batik indonesia. Batik di Indonesia terdiri dari berbagai macam dengan jenis corak dan motif yang menarik minat konsumen, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Madura merupakan pulau paling timur dari Propinsi Jawa Timur yang terdiri dari 4 kabupaten yang memiliki kebudayaan yang bermacam-macam. Dari bermacam-macam kebudayaan yang dimiliki pulau madura ada kebudayaan yang selama ini jadi kebanggaan masyarakat pulau madura yaitu kebudayaan Kerapan sapi Madura, yang sudah dikenal diseluruh plosok negeri ini. Tapi pada saat ini

tidak hanya kebudayaan kerapan sapi yang menjadi kebanggaan masyarakat madura, batik juga merupakan bagian budaya asli madura yang saat ini sangat dibanggakan oleh masyarakat khususnya batik madura. Sehingga permintaan terhadap batik meningkat cukup signifikan, dulu konsumen batik hanya berasal dari kalangan-kalangan tertentu seperti kalangan priyayi dan kalangan orang-orang atas, akan tetapi pada saat ini para konsumen batik telah merambah kesemua kalangan masyarakat tanpa melihat status sosialnya. Peningkatan konsumen batik madura juga dipengaruhi kesadaran warga menggunakan batik untuk keperluan sehari-hari. Batik Madura yang terdapat di 4 kabupaten yaitu, Sumenep, Pamekasan, Sampang, dan Bangkalan memiliki ciri khas tersendiri. Warnanya mencolok dan motifnya terhitung berani, membuat para pelanggan tidak hanya berasal dari masyarakat Madura saja, akan tetapi pelanggan batik Madura telah merambah ke luar pulau Madura diantaranya kota Surabaya dan Jakarta (Kompas, 8 Februari 2010).

Upaya menjaga kelangsumgan hidup perusahaan dalam kaitannya dengan pemasaran batik, para pengusaha batik madura harus selalu tanggap dalam persaingan bisnis batik yang semakin meningkat. Untuk menghadapi persaingan itulah, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan strategi harus berorientasi pada konsumen.

Melihat kondisi pasar seperti itu, pengusaha-pengusaha batik yang ada di madura mulai berlomba-lomba untuk mengeluarkan ciri khas madura yang sarat dengan keberanian serta corak yang menarik demi memuaskan konsumen. Motif atau corak yang ditawarkan oleh pengusaha-pengusaha tersebut antara lain.

1. Batik Sumenep, ciri khasnya motif dan warnanya halus,
2. Batik Pamekasan, ciri khasnya motif dan warnanya mencolok, terkesan berani.
3. Batik Sampang, ciri khasnya sama dengan ciri khas dari pamekasan yaitu motif dan warnanya mencolok, terkesan berani.
4. Batik Bangkalan, ciri khasnya motif padat dan pewarnaannya halus.

Banyaknya sentra batik yang ada di kabupaten pamekasan menyebabkan persaingan yang sangat kompetitif di antara pengusaha batik yang ada di kabupaten pamekasan, melihat kondisi pasar yang seperti ini, strategi untuk memenangkan persaingan adalah menyediakan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dituju. Dan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Di Pamekasan industri batik merupakan usaha kerajinan rumah tangga. Usaha ini dikerjakan sebagai usaha sampingan, sementara mereka tetap bersandar pada usaha pokok selaku petani. Terlebih-lebih lagi ketika musim tanam tembakau yang merupakan tanaman andalan petani Pamekasan, mereka mendahulukan menanam tembakau daripada membatik, sehingga praktis kegiatan membatik terhenti atau paling tidak menurun tajam untuk sementara waktu. Kendatipun hal ini tidak berlangsung terlalu lama, bagaimanapun juga merupakan gangguan bagi pengembangan usaha batik.

Keterampilan membatik di lingkungan komunitas pembatik, diwariskan secara turun temurun dari generasi ke generasi. Anak-anak mengikuti orang

tuanya membatik, sampai kemudian mereka mencapai tingkat terampil. Alih keterampilan tidak melalui semacam kursus atau pelatihan khusus membatik.

Sejalan dengan proses alih keterampilan tersebut, maka motif-motif batik berkembang sesuai dengan lokasinya. Karena itu, di Pamekasan dikenal jenis batik Banyumasan, karena berkembang di Desa Banyumas. Ada Batik Klampar, Batik Candiburung, Batik Toronan dan Batik Bedung, Batik Toket dan banyak lagi yang lainnya

Adapun lokasi kerajinan batik di Kabupaten Pamekasan, menyebar di 11 Kecamatan, dengan jumlah terbanyak di Kecamatan Proppo. Mengapa Proppo memiliki populasi pembatik yang cukup besar, barangkali bisa dikaitkan dengan sejarah kerajaan di Pamekasan yang memang menurut catatan banyak terdapat di Proppo. Misalnya saja Kerajaan Parupuh, atau Jamburingin dan lain-lain. Sedangkan Batik, menurut catatan sejarah berawal dari Kraton (<http://www.pamekasan.go.id>)

Memperhatikan sebaran jumlah pengrajin, Pemerintah Kabupaten Pamekasan mengembangkan sentra-sentra industri kecil batik tulis yang menyebar di berbagai kecamatan. Seluruhnya ada 28 sentra yang tersebar di tujuh Kecamatan. Lebih rinci, data sentra batik tulis di Pamekasan sebagai berikut :

1. Kecamatan Pamekasan 5 sentra (Desa Kowel 2 sentra, Desa Toronan, Nyalabu Daja dan Kelurahan Gladak Anyar masing-masing 1 sentra).
2. Kecamatan Proppo 12 sentra (Desa Klampar 5 sentra, Desa Toket dan Candiburung masing-masing 3 sentra dan Desa Rang-perang Daja 1 sentra).

3. Kecamatan Palengaan 6 sentra (Desa Banyopelle 2 sentra, Desa Panaan, Angsanah, Akkor dan Larangan Badung masing-masing 1 sentra).
4. Kecamatan Waru 1 sentra (Desa Waru Barat).
5. Kecamatan Pegantenan 2 sentra (Desa Bulangan Haji dan Ambender).
6. Kecamatan Galis 1 sentra (Desa Pagendingan).
7. Kecamatan Tlanakan 1 sentra (Desa Larangan Slampar).

Pemkab Pamekasan menyediakan lokasi Pasar Batik Tradisional di Pasar Tujuh Belas Agustus yang terletak di jalan Pintu Gerbang, Kota Pamekasan. Bentuknya berupa los khusus dan juga kios-kios untuk menampung para penjual batik. Sedang untuk kepentingan pariwisata, Pemkab Pamekasan membangun gedung bertingkat yang diberi nama Pasar Batik yang terletak di jalan Jokotole, dan *show room* untuk industri kecil/rumah tangga dengan batik sebagai komoditas andalan. Pemkab juga mewajibkan setiap hotel untuk membuka etalase penjualan hasil industri kecil kerajinan, terutama batik.

Para seniman kemudian memadukan seni batik dengan komoditas lain, seperti gerabah. Kerajinan gerabah diberi lukisan batik yang ternyata cukup menarik. Saat ini kota Pamekasan berhias batik karena tembok-tembok rumah atau toko diberi hiasan mural dengan motif batik.

Dalam rangka mengangkat martabat, mempopulerkan, melestarikan, dan mengembangkan batik, Pemkab bersama masyarakat memantapkan diri menyatakan Pamekasan sebagai pusat batik di Jawa Timur. Berkait dengan hal ini, Gubernur Jawa Timur dalam acara Pencanangan Bulan Bhakti Gotong royong tingkat provinsi tahun 2009 yang dipusatkan di pamekasan pada tanggal 24 juni

2009, mendeklarasikan pamekasan sebagai “kabupaten batik”. deklarasi tersebut dilakukan dalam sebuah acara spektakuler yang bertajuk “seribu perempuan membatik” disingkat “super batik” yang menghasilkan karya batik tulis terpanjang di dunia, dan dicatat sebagai rekor muri. dalam acara yang digelar dialun-alun Monumen Arek Lancor, seribu pembatik perempuan bersama-sama membatik kain sepanjang 1.530 m. Angka ini adalah angka tahun kelahiran Pamekasan yaitu tahun 1530M yang diangkat dari peristiwa penobatan Pangeran Ronggo Sukowati, raja Islam pertama di Pamekasan.

Masih dalam rangka promosi batik, di Pamekasan setiap tahun diadakan pemilihan putri batik. para seniman juga mengambil bagian dengan menciptakan tari dan lagu “bhatek mekkasan”(Batik Pamekasan).Upaya-upaya ini diharapkan akan meningkatkan apresiasi masyarakat, termasuk masyarakat luar terhadap batik tulis Pamekasan.

Batik Tulis Madura, khususnya Batik Pamekasan memiliki corak dan desainyangkhas.Corak warna-warni dengan warna yang kuat, *style* yang elegan dan kualitas yang istimewa menjadikan Batik Pamekasan diakui dan disukai oleh banyak desainer ternama ditingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, batik khas Pamekasan mempunyai nilai jual yang sangat tinggi dan banyak diminati parawisatawan domestik atau mancanegara (Pemkab Pamekasan:2010).

Menurut Barcode (2010:71), motif dan warna yang tertuang dalam batik Madura sangat khas,motif flora dan fauna. Sedangkan untuk warna,warna cerah atau seperti kuning, oranye, merah, hijau muda yang banyak dipakai. Untuk

motifnya, batik Madura biasanya bergambar burung, selain berupa cerita daerah setempat. Layaknya seperti komik, ceritanya beruntun.

Madura memiliki pengrajin batik seperti yang telah diuraikan sebelumnya dengan kekhasan masing-masing yang secara umum tetap memiliki ciri khas batik Madura. Kajian dalam terhadap batik Madura ini dapat menjadi salah satu upaya pelestarian batik sebagai warisan budaya nusantara. Batik Proppo merupakan batik khas Madura. Salah satu sentra industri batik Proppo berlokasi di Desa Klampar.

Ciri khas batik tersebut ialah motif yang mengangkat flora dan fauna serta warna yang ekspresif. Motif yang paling digemari konsumen yaitu motif Sekar Jagat, Seratkayu, dan motif selingkuh batik motif "selingkuh". Istilah selingkuh itu karena warna pada motif batik serat kayu dipadu dengan warna yang lebih variatif. "Karena warnanya bermacam-macam, kemudian disebut batik selingkuh,"

Tidak hanya itu, para pengrajin batik Madura juga menerima pesanan motif sesuai selera konsumen. Hal ini membuat batik Proppo memiliki nilai jual tersendiri bagi para pecinta batik di Indonesia.

Desa Klampar, Kecamatan Proppo Pamekasan merupakan sentra pembuatan batik yang terkenal di Pamekasan. Hasil batiknya yang bagus dengan kombinasi warna yang didominasi warna merah terang dengan corak bunga dan daun yang sudah melegenda sejak dahulu.

Berdasar uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi Pengrajin batik Dalam mempertahankan motif yang di produksi oleh Sentra Batik “ Mutiara Batik”.

Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul :**“Komunikasi Pemasaran Terpadu (*IMC*) Pengrajin Batik Dalam Mempertahankan Motif Batik Madura (Studi Pada UD“Mutiara Batik” Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan) “.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

Bagaimana komunikasi Pemasaran Terpadu (*IMC*) Pengrajin Batik Dalam Mempertahankan Motif Batik madura Yang Ada di sentra Batik “Mutiara Batik” Pamekasan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui Bagaimana Komunikasi Pemasaran Terpadu (*IMC*) Pengrajin Batik Dalam Mempertahankan Motif Batik madura Yang Ada di sentra Batik “Mutiara Batik” Pamekasan.

1.5. Manfaat penelitian

1. Bagi penulis
 - a. Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam bidang komunikasi pemasaran Terpadu.
 - b. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia nyata.

- c. Merupakan latihan bagi penulis untuk mendefinisikan masalah, menganalisa situasi serta mengadakan penyelidikan dan penelitian yang bersifat formal.

2. Bagi perusahaan

- a. Sebagai sumbangan informasi untuk menyusun strategi perusahaan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi perkembangan permasalahan perusahaan di bidang pemasaran.

3. Bagi pihak lain

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.