

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu ragam budaya yang ada di Indonesia. Batik sendiri juga memiliki banyak jenis, salah satunya adalah batik Madura. Batik Madura merupakan salah satu jenis batik yang memiliki nilai estetika tinggi. Batik asli Madura memiliki ciri khas corak dan motif yang tidak sama dengan corak batik lainnya dengan kata lain batik tulis yang ada di Madura dibuat *limited edition*. Umumnya motif batik yang telah dibuat tidak akan dibuat lagi dengan motif yang sama, terkecuali memang ada *customer* yang memesan dengan corak yang sama. Ragam jenis dan motif yang ada pada batik Madura membuat batik Madura memiliki nilai tersendiri di mata konsumen, jadi sangat wajar sekali jika batik tulis asli Madura memiliki nilai tukar yang relatif mahal.

Bangkalan merupakan salah satu kabupaten di pulau Madura yang paling dekat dengan Surabaya, sehingga tingkat perekonomian di daerah Bangkalan sendiri berkembang lebih baik. Setelah di resmikannya jembatan Suramadu pada tahun 2009 oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono, kembali meningkatkan perekonomian di daerah Bangkalan khususnya, (Wikipedia, 2014). Meningkatnya jalur transportasi ini, membuat berbagai UKM bisnis contohnya seperti UKM Batik tulis semakin meningkat, yang ditandai dengan jalur transportasi menuju kota Bangkalan kini di penuhi penjual dan produsen yang menawarkan batik tulis khas Madura.

Persaingan penjualan batik di daerah Bangkalan sendiri telah semakin berkembang, kini UKM batik tulis tidak hanya memproduksi batik, namun juga memasarkan hasil produksi secara langsung ke konsumen ataupun mengirimnya ke berbagai toko batik. Batik sendiri merupakan karya seni yang memiliki nilai jual tinggi, namun tidak semua orang mengerti nilai-nilai yang ada pada batik tulis tersebut. Selain bagaimana ciri khas suatu batik yang ditawarkan tentu membutuhkan perantara untuk menyampaikan nilai-nilai yang ada pada suatu batik kepada konsumen, untuk itu dibutuhkan suatu konsep pemasaran yang tepat.

Mengkomunikasikan perbedaan dan keistimewaan produk agar meningkatkan minat pembeli merupakan salah satu hal yang sangat di perhitungkan dalam persaingan batik saat ini. Untuk itu dalam penelitian kali ini menerapkan salah satu metode pemasaran yaitu *Green Marketing Mix*. Dengan penerapan metode ini di harapkan nantinya akan dapat membantu untuk menentukan *a set of category* yang ada pada metode ini yaitu Produk, Harga, Distribusi, dan Tempat. Kategori-kategori tersebut nantinya akan membantu mengkonsep bagai mana pemasaran produk batik khususnya di daerah Bangkalan Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini timbul dari adanya permasalahan yang ada, seperti yang telah di jelaskan pada latar belakang, untuk itu ada pun rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen Batik tulis di Bangkalan ?
2. Bagaimana *positioning* (Pemetaan) Batik tulis di Bangkalan berdasarkan *Green Marketing Mix*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban yang harus di capai dalam penelitian ini, untuk itu tujuan utama penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan mengidentifikasi karakteristik konsumen Batik Tulis di Bangkalan.
2. Menganalisis dan mengidentifikasi peta persaingan Batik Tulis di Bangkalan.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang dapat di berikan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Memberikan masukan kepada UKM batik tentang karakteristik konsumen batik tulis di Bangkalan, sehingga UKM batik dapat menentukan bagaimana cara memasarkan produk batik tulis.

2. Memberikan informasi kepada UKM batik tulis bagaimana peta persaingan batik tulis yang ada di Bangkalan, sehingga UKM batik terkait dapat mengetahui posisi usaha batiknya di mata konsumen seperti apa.
3. Memberikan informasi pemasaran yang dapat meningkatkan profit UKM terkait dengan penerapan konsep pemasaran dan *positioning* pasar.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di daerah bangkalan dengan obyek utama UKM batik tulis.
2. UKM batik tulis yang diteliti berjumlah 7 UKM batik tulis (yang terbesar).

1.6 Sistematika Penulisan

Penjelasan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir yaitu ::

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang berisi tentang latar belakang dan permasalahan, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penilitin, batasan masalah serta sistemtika penulisan yang berhubungan dengan penelitian.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Memuat tentang aspek penting dalam pemasaran, yaitu menjelaskan tentang rencana strategi pemasaran dan teori-teori yang menunjang proses penelitian ini salah satunya metode *green marketing mix*.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan mengenai sistematika langkah-langkah perancangan dari awal kerangka berikir, teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Adapun teori- teori yang digunakan, yaitu: teori tentang strategi pemasaran, pengumpulan dan pengambilan data, dan langkah-langkah penelitian.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pengolahan data serta analisa yang perlu dilakukan, untuk menunjang hasil informasi yang nantinya di berikan kepada obyek penelitian

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Menjelaskan bagaimana untuk membuat kesimpulan akhir atas apa yang telah diuraikan dan memberikan saran-saran yang mungkin dapat dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran bagi perusahaan kedepan.