

I. PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini tumbuh dengan pesat, baik bisnis besar maupun bisnis usaha kecil dan menengah. Bisnis yang bergerak dibidang perdagangan batik juga menunjukkan pertumbuhan yang positif hal ini dapat dilihat dari perkembangan unit usaha dan nilai produksi batik Indonesia pada tahun 2005-2009 (Tabel 1). Pakaian batik merupakan pakaian resmi atau pakaian yang menunjukkan budaya asli Indonesia. Namun pada saat ini batik bukan hanya digunakan pada acara-acara formal, sesuai perkembangannya batik sudah menjadi trend masa kini bagi masyarakat Indonesia sehingga setiap orang memakai batik pada berbagai bentuk acara.

Tabel 1. Perkembangan Unit Usaha dan Nilai Produksi Batik Indonesia tahun 2005-2009

Tahun	Unit Usaha (UU)	Nilai Produksi (Rp Juta)
2005	31.077	3.318.716
2006	30.107	3.140.679
2007	38.155	3.458.615
2008	39.728	3.610.530
2009	41.124	3.940.625

Sumber : Gema Industri Kecil Maret 2011

Pertumbuhan industri batik di Indonesia semakin pesat, hal ini disebabkan adanya minat konsumen terhadap batik yang semakin tinggi. Permintaan terhadap batik dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan. Hal ini tercermin dari peningkatan nilai ekspor batik pada tahun 2005 sampai 2009 (Tabel 2).

Tabel 2. Nilai Ekspor Batik Indonesia 2005-2009

Tahun	Nilai Ekspor Batik Nasional (US\$ juta)
2005	12,46
2006	14,27
2007	20,89
2008	32,28
Triwulan I 2009	10,86

Sumber: Suara Pembaruan, 3 Oktober 2009.

Usaha batik mempunyai karakteristik yang sangat khusus dan merupakan kebudayaan Indonesia yang dapat bertahan secara konsisten. Terdapat macam-macam jenis batik yang ada di Indonesia dan biasanya namanya dikaitkan dengan daerah asal pembuatnya misalnya batik Madura. Batik Madura mempunyai citra estetik yang tinggi, hal ini ditunjukkan dari: (1) aroma lilinnya (malam) yang khas, dimana malam yang dipakai membatik dicampur dengan madu sehingga bau karbon yang menyengat menjadi netral dan bahkan baunya menjadi unik, dan (2) warna pada batik Madura memiliki kesan berani tetapi manis dan biasanya didominasi dengan warna merah, kuning, dan hijau. Pemilihan warna didasarkan pada filosofi tertentu misalnya warna merah dipilih karena panji majapahit adalah warna merah dan putih (itu pula yang menjadi cikal bakal bendera Indonesia). Warna hijau karena berhubungan dengan religi. Masa kejayaan majapahit adalah masa kejayaan agama Hindu. Dalam Hindu pepohonan termasuk bagian dari pemujaan terhadap para dewa. Sementara kuning dipilih sebagai pembatisan terhadap bulir-bulir padi sebagai penopang ekonomi masyarakat agraris. Dengan kata lain pemilihan warna itu sebenarnya hendak bercerita tentang akulturasi kebudayaan Majapahit-Madura. (Firmansyah, 2009).

Hingga saat ini batik Madura dikenal luas oleh para wisatawan batik. Di Kabupaten Bangkalan, Kecamatan yang sangat terkenal sebagai pengrajin batik adalah Kecamatan Tanjung Bumi. Tanjung Bumi memiliki sekitar seratus macam motif dengan warna ciri khas seperti warna merah menyala, hitam, dan hijau. Contoh motif yang terkenal seperti burung, udang, kupu-kupu, topak, padi, pacar cina, tasik malaya, karpote, dan panji lengkok. Disamping itu terdapat modifikasi motif sesuai dengan permintaan seperti orang Eropa cenderung suka kombinasi biru putih, dan orang Jepang lebih menyukai batik dengan warna-warna menyala seperti merah dan hijau. Di Kabupaten Sampang, pusat batik yang terkenal yaitu berada di desa Kotah Kecamatan Jrengik. Umumnya batik dari desa Kotah bermotif kembang dan burung dengan warna merah dan hijau. Sedangkan di Kabupaten Pamekasan ada enam titik sentra batik yaitu di Kecamatan Pamekasan, Kecamatan Proppo, Kecamatan Palengaan, Kecamatan Waru, Kecamatan Pegantenan dan di Kecamatan Tlanakan. Motif batik Pamekasan yang terkenal diantaranya daun memba (daun mojo), matahari, goreng basi, keong mas, dan

sekarjagat. Kemudian di Kabupaten Sumenep pusat kerajinan batik berada di Desa Pekandangan Barat Kecamatan Bluto. Batik tulis Sumenep ini mempunyai ciri khas yaitu motif ayam dengan warna merah. Dari empat Kabupaten yang ada di Madura, sentra batik terbesar terletak di Kabupaten Bangkalan dan Kabupaten Pamekasan.

Dengan semakin berkembangnya industri pengrajin dan pengusaha batik, maka terdapat persaingan yang semakin tajam diantara industri tersebut sehingga perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen supaya memanfaatkan potensi pasar produk yang ada produk batik. Produk yang memiliki kualitas baik dengan variasi yang cukup banyak akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal.

Pada saat ini produk batik Madura memiliki ratusan motif dan sebagian besar merupakan batik tulis. Ini merupakan keunggulan bagi batik Madura dibandingkan dengan batik printing yang pada saat ini juga banyak ditemui dipasaran. Dengan semakin banyaknya pilihan motif, maka akan membuat konsumen semakin menyukai produk tersebut. Dari sisi distribusi di Kabupaten Bangkalan dan Pamekasan terdapat sentra penjualan batik seperti dipasar Ki Lemah Duwur Bangkalan, pasar 17 Agustus, pasar Kolpajung Pamekasan, dan toko-toko batik yang tersebar di kota Bangkalan dan Pamekasan. Kondisi ini memudahkan konsumen untuk mendapat produk batik Madura yang mereka inginkan. Dari sisi harga produk batik tulis Madura dipasarkan dengan variasi harga yang cukup beragam antara Rp. 50.000 sampai lebih dari Rp. 1 juta perhelai kain. Promosi batik Madura dilakukan dengan berbagai cara seperti poster-poster batik di sepanjang tembok dinas-dinas pemerintahan, papan nama, kalender dengan model batik, mengikuti pameran-pameran baik di tingkat lokal (Jawa Timur) maupun di tingkat nasional.

Dalam keputusan pembelian terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seorang konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (1996) seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor marketing strategi (bauran pemasaran). Strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan pada produk batik Madura diharap dapat mempengaruhi keputusan

konsumen untuk membeli produk batik Madura. Namun demikian belum pernah ada penelitian yang membahas secara eksplisit bagaimana pengaruh bauran pemasaran tersebut terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk batik Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli produk batik Madura?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk batik Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli produk batik Madura
2. Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk batik Madura.