

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Batik di Indonesia merupakan salah satu produk kebanggaan yang memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi dari sisi produk tekstil. Ragam corak motif batik merupakan warisan budaya bangsa yang memiliki beragam interpretasi makna. Pada tanggal 2 Oktober 2009 UNESCO telah mengumumkan bahwa batik dijadikan sebagai salah satu warisan budaya dunia dari Indonesia yang wajib dilindungi dan dilestarikan. Saat ini industri batik merupakan salah satu faktor yang ikut menunjang perekonomian masyarakat di Indonesia.

Diantara pertumbuhan dan perkembangan industri yang begitu cepat dan pesat terdapat industri tekstil dan salah satu produk industri tekstil yang mengandung nilai seni adalah batik. Batik yang sudah dikenal dan diproduksi sejak ratusan tahun lalu kini dengan adanya pertumbuhan zaman dan teknologi batik tetap memperlihatkan eksistensinya sebagai salah satu kain tradisional peninggalan leluhur budaya Indonesia yang mengandung nilai seni tinggi. Tradisi batik yang merupakan kesenian tradisional bangsa yang turun temurun harus dilestarikan, dipelihara, dan dikembangkan agar tidak musnah menghadapi kebudayaan modern.

Madura khususnya Pamekasan memiliki produk batik tulis yang sangat efektif jika digunakan untuk menjadi pusat industrialisasi batik di Madura lebih tepatnya di Kabupaten Pamekasan Kecamatan Proppo yang notabene telah memiliki industri-industri kecil batik tulis. Pengrajin batik di Pamekasan juga menciptakan batik tulis yang bernuansa serupa dengan motif suramadu, dimana suramadu merupakan jembatan terpanjang di Asia tenggara yang menghubungkan pulau Madura dan Jawa, sehingga tidak dapat dipungkiri batik tulis Madura hasil pengrajin batik Pamekasan menemukan momentum yang sangat tepat ketika jembatan suramadu diresmikan Juni 2009.

Bertepatan waktunya ketika organisasi UNESCO mengukuhkan batik sebagai warisan dunia Indonesia.

Pada tanggal 24 Juni 2009 Pamekasan dikukuhkan sebagai kota batik oleh Gubernur Jatim H. Soekarwo karena Pamekasan memiliki potensi batik terbaik di Madura. Batik Pamekasan tidak perlu diragukan dalam hal prestasinya di kancah Jawa Timur. Seperti tahun 2007 sampai 2008 batik Pamekasan mendapatkan juara satu dalam Festival Nusa Dua dan Expo Bali. Kemudian tahun 2009 juga membawa nama baik Kabupaten Pamekasan sebagai juara dalam kegiatan *Expo Indonesia Creative* di Batam kategori pemasaran barang kerajinan berbahan baku batik dan masih banyak lagi prestasi lainnya. Batik Madura memiliki keunikan yang menggugah selera konsumen dalam memilih batik yang berbeda dengan daerah lain di Indonesia. Batik yang diproduksi masyarakat di Madura cenderung memiliki warna cerah seperti biru, kuning, merah, dan hijau, warna tersebut mencerminkan karakter masyarakat Madura. Proses pewarnaan batik Madura ada yang masih menggunakan pewarna alami, misalnya warna merah didapatkan dari buah mengkudu, warna biru dari daun tarum, dan masih banyak yang lain. Hal itu kemudian menjadi salah satu faktor penentu harga (Prasetyaningrum & Trilaksono, 2020).

Pusat kerajinan batik terbesar di Madura diantaranya adalah kampung batik Banyumas Desa Klampar Pamekasan yang sifat produksinya dilakukan di unit usaha kecil masyarakat disana yang merupakan usaha kecil menengah yang dikerjakan di rumah-rumah untuk mengisi kegiatan waktu luang bagi ibu-ibu disana. Pamekasan khususnya Desa Klampar merupakan wilayah yang sejak dahulu banyak pengrajin dan pengusaha batik mengembangkan usahanya dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten lainnya (Disperindag Pamekasan). Batik tulis Pamekasan memiliki ciri khas lebih berani menggunakan warna-warni yang begitu tajam. Motifnya berbentuk abstrak, gunung, dan vintage atau lawasan. Batik tulis Pamekasan dalam perkembangannya sebagian sudah mulai mengikuti selera pasar sehingga sebagian sudah mengarah ke motif kontemporer. Perkembangan kerajinan

batik tulis Desa Klampar sudah mulai berkembang sejak berdirinya komunitas-komunitas batik tulis di desa tersebut. Dimana komunitas tersebut memiliki skala kecil dalam mengembangkan dan melestarikan batik tulis Desa Klampar seperti memiliki 4 sampai 6 orang atau lebih, serta memiliki produksi yang sangat terbatas dalam hal pemesanan. Namun hal ini tidak membuat para pengrajin untuk berhenti dalam dunia pembatikan yang dimiliki sejak turun temurun dari nenek moyangnya. Dibuktikannya dengan kreatifitas, ketekunan, keuletan pengrajin batik tulis di Desa Klampar ini dapat mewujudkan cerminan karakteristik yang dimiliki oleh masyarakat Madura dalam memanfaatkan pengelolaan industri rumahan atau disebut sebagai *home industry* sehingga menjadikan batik tulis Desa Klampar semakin berkembang mulai dari pengrajin yang sudah semakin kreatif, motif batik yang sudah menyesuaikan kebutuhan pasar atau konsumen, pemasaran yang semakin membaik dan omset yang menjanjikan.

Peresmian Desa Klampar sebagai satu-satunya kampung batik yang berada di Kabupaten Pamekasan, memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian Desa Klampar. Tidak hanya kepada juragan atau pengrajin batik di Desa Klampar namun adanya kerajinan batik ini juga berdampak kepada perekonomian masyarakat Desa Klampar secara umum. Salah satu contohnya yaitu yang dulunya masyarakat Desa Klampar hanya terfokus pada mata pencaharian utama yaitu petani, dengan adanya kerajinan batik ini maka mulai sedikit bergeser untuk menjadi pengrajin batik dalam mengisi waktu luangnya namun tidak menghilangkan pekerjaan petaninya, dengan kata lain membatik dijadikan sebuah pekerjaan sampingan selain bertani. Kerajinan batik tulis Desa Klampar juga memberikan dampak yang positif terhadap sosial ekonomi masyarakat Desa Klampar diantaranya terbukanya lapangan pekerjaan sebagai pengrajin batik, khususnya bagi ibu-ibu yang notabene bekerja sebagai ibu rumah tangga yang dapat mengisi waktu luangnya dengan membatik sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Klampar. Selain itu terjalinnya hubungan interaksi sosial yang baik antara pengrajin batik tidak hanya antara pengrajin batik Desa Klampar namun juga

antara pengrajin batik yang ada di Madura bahkan di Jawa Timur dengan terbentuknya sebuah komunitas batik Madura (KBM) dan juga Asosiasi Pengrajin Batik Jawa Timur (APBJ). Dari data Disperindag menyebutkan bahwa jumlah pengrajin batik terbanyak di Pamekasan terdapat di Desa Klampar dengan jumlah 520 pengrajin, jumlah pengrajin tersebut merupakan gabungan dari pengusaha yang ikut serta menjadi pengrajin.

Menurut wawancara peneliti dengan tokoh masyarakat yang juga menekuni tentang perbatikan Desa Klampar yaitu bapak Ahmadi menyebutkan bahwa untuk motif hasil pengrajin Desa Klampar sangatlah banyak sekali bahkan tidak terhitung jumlahnya karena setiap pengrajin selalu memunculkan motif baru setiap harinya sesuai dengan permintaan pasar maupun konsumen. Namun dalam pembuatan motif tersebut tidak menghilangkan ciri khas dari batik tulis Desa Klampar sendiri yaitu seperti warna merah, dan motif yang utuh atau penuh sehingga tidak ada bidang yang kosong, bermakna bahwa orang Madura memiliki karakter yang ulet dan pekerja keras.

Dalam jurnal (Suminto, 2015) yang berjudul “Batik Madura : Menilik Ciri Khas dan Makna Filosofinya” menyebutkan ciri khas Batik Madura perdaerahnya berbeda mulai dari ujung timur ke ujung barat. Batik Pamekasan memiliki ciri khas lebih berani dengan menggunakan warna-warna yang tajam dan cerah seperti *sekar jagat*, *keong mas*, *matahari*, *daun memba* (daun mojo), dan *gorek basi* dan desainnya pun sangat beragam. Pada batik Pamekasan, biasanya juga diisi dengan ‘serat kayu’ atau istilahnya *mo’ ramo* (akar-akaran) pada bagian yang kosong. Beberapa motif batik Pamekasan sudah didaftarkan seperti: *keraben sapeh*, *sakereh*, *kempeng saladerih*, *padih-kepa*, dan *manik-manik*. Sedangkan Bangkalan yang lokasi tepatnya di Tanjungbuni, batiknya dibuat dengan menggunakan teknik khusus yang biasa dikenal *batik gentongan*. Batik Bangkalan coraknya beragam dan berwarna cerah karena termasuk kategori batik pesisiran. Motif batik Bangkalan lebih dari seribu jenis. Nama motifnya terkait gambar apa dan cara pewarna yang dikonsonankan dengan bahasa daerah setempat. Nama-nama

motif tersebut diantaranya adalah *ramo*, *banjar ramo*, *rongterong*, *perkaper*, *rawan*, *serat kayu*, *panca warna*, dan sebagainya. Batik gentongan merupakan batik khas Tanjungbumi. Cirinya memiliki warna yang sangat cerah, beragam, dan pengerjaannya yang halus. Kebanyakan mempunyai motif *sik melaya*, *kembang randu*, *ola-ola*, *burung hong*, *panji susi*, dan lain sebagainya.

Batik dari Sampang biasa dikenal dengan nama *Batik Kotah*, memiliki motif khas Madura berupa flora dan fauna (misalnya: motif kembang dan burung) dengan warna paling dominan yaitu merah dan hijau di atas bahan sutera dan katun yang tidak kalah dengan batik daerah lain. Sementara ciri khas dari paling timur yaitu Sumenep, batik dengan corak satu warna saja meskipun tetap bernuansa cerah. Batik Madura terkenal dengan warna dan motif naturalis. Warna utamanya adalah merah, merah tua atau jingga, biru tua, hijau tua, hitam dan putih. Pengerjaan batik Madura tidak sehalus batik Jawa, tata warnanya sangat menyolok, begitu juga motifnya, yang juga besar, tegas. Hal ini sejalan dengan alam Madura yang keras dan watak orang Madura yang berani dan tegas. (Suminto, 2015)

Komunikasi pemasaran menjadi langkah untuk mengembangkan dan menyebarkan hasil produksi sangatlah penting dalam dunia perdagangan. Tetapi tidak semua pihak perusahaan mempelajari secara teori tentang komunikasi pemasaran, karena dalam proses memasarkan lebih banyak belajar dari lapangan berdasarkan pengalaman tanpa mendalami teorinya. Secara teori bentuk utama dari komunikasi pemasaran meliputi: iklan, tenaga penjualan, papan nama toko, *display* tempat pembelian, kemasan produk, *direct-mail*, sample produk gratis, kupon, publisitas, dan alat komunikasi lainnya (Shimp, 2003b).

Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar (Sutisna, 2003). Komunikasi pemasaran adalah aspek penting didalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Semua organisasi *modern*, baik perusahaan bisnis maupun nirlaba menggunakan

berbagai bentuk komunikasi pemasaran dalam mempromosikan apa yang mereka tawarkan untuk mencapai tujuan *finansial* maupun *non finansial*. Komunikasi pemasaran dapat dipahami dengan menguraikan dua unsur, yaitu komunikasi dan pemasaran. Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses *transfer* pesan dalam penyaluran informasi atau *message* melalui sarana atau saluran komunikasi kepada komunikan yang tertuju (Ilham Prisgunanto, 2006).

Penulis merasa tertarik melakukan penelitian komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh kelompok orang dalam memasarkan industri batik tulis di kampung batik Desa Klampar sebagai pengrajin batik tulis ditengah ketatnya persaingan produsen batik di Indonesia serta mancanegara. Dengan demikian, sebagai pelaku usaha pengrajin batik tulis harus mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya akan menggunakan konsep pemasaran yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen, atau yang berorientasi pada konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah yaitu “Bagaimana *Integrated Marketing Communication* Pembatik Untuk Memasarkan Industri Batik Tulis Di Kampung Batik Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk menjelaskan *Integrated Marketing Communication* pembatik untuk memasarkan industri batik tulis di kampung batik Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dalam Ilmu Komunikasi khususnya pengembangan produk bernilai seni di bidang *integrated marketing communication* dan sebagai tolak ukur untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan media pustaka dalam program riset ilmu komunikasi dengan penelitian kualitatif.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman mengenai uraian tentang *Integrated Marketing Communication* bagi peneliti.
2. Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat dijadikan sebagai fasilitas berpikir secara ilmiah tentang *Integrated Marketing Communication*.