

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah Negara yang kaya akan budaya di setiap wilayahnya. Bahkan dalam satu Provinsi pun memiliki beberapa budaya yang membedakan setiap daerah. Misalnya Provinsi Jawa Tengah yang memiliki beberapa daerah seperti Semarang, Solo, Yogyakarta, Pekalongan dan lain sebagainya. Daerah tersebut memiliki budaya tersendiri yang menjadi ciri khasnya. Salah satu budaya yang telah diakui dunia melalui UNESCO adalah batik. Batik merupakan warisan peninggalan nenek moyang yang masih eksis dan sudah dikenal sejak dahulu, merupakan hasil perpaduan antara seni dan teknologi para leluhur yang sangat tinggi nilainya.

Mengingat Indonesia adalah sentra batik terbesar yang mana telah diakui oleh UNESCO, maka batik seiring berkembangnya zaman mengalami perubahan yang cukup drastis. Banyak produsen batik yang melakukan modernisasi tanpa meninggalkan corak batik zaman dahulu atau peninggalan nenek moyang. Dengan modernisasi diharapkan anak muda zaman sekarang dapat menggunakannya sehingga bisa menyesuaikan perkembangan zaman.

Batik sebagai salah satu warisan budaya di Indonesia dalam perjalanannya terus tumbuh dan berkembang serta semakin berperan penting sebagai bagian dari kehidupan sosial budaya maupun sebagai suatu usaha industri.¹

Potensi batik Indonesia dalam perkembangannya terus tumbuh dan berkembang serta berperan penting sebagai bagian dari kehidupan sosial budaya maupun sebagai suatu usaha industri.

Tak hanya itu, IKM sektor batik juga menunjukkan angka positif dengan nilai ekspor sebesar USD 58 juta pada tahun 2017. Bahkan, potensi perdagangan produk pakaian jadi di dunia yang mencapai USD 442 miliar, menjadi peluang besar bagi industri batik dalam negeri untuk semakin meningkatkan pangsa pasarnya mengingat batik sebagai salah satu bahan baku produk pakaian jadi. Sebagai market leader, Indonesia telah menguasai pasar batik dunia serta telah menjadi penggerak perekonomian di regional dan nasional. Sampai saat ini diketahui industri batik didominasi oleh industri kecil dan menengah yang tersebar di 101 sentra yang

¹Mario Fahmi Syahril, "Strategi Pemasaran Pengrajin Batik Tulis Lasem di Desa Wisata Batik Tulis Babagan Lasem Kecamatan Lasem," *Equilibria Pendidikan Jurnal Ilmiah Pendidikan* 4, no. 1 (2019): 47

sebagian besar tersebar di Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, dan D.I Yogyakarta dengan pasar utama ke Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa.²

Di Kabupaten Rembang, dengan memanfaatkan dan menggali serta mengembangkan potensi daerah yang dimiliki Kabupaten Rembang muncul kreatifitas masyarakat dan didukung oleh pemerintah daerah sehingga tumbuh usaha industri kecil dan menengah. Industri batik adalah salah satu industri kerajinan tradisional yang diproduksi oleh masyarakat di Kecamatan Lasem dan Kecamatan Pancur dan terkenal dengan nama “Batik Lasem”

Masa kejayaan batik yang menjadi ikon pembauran budaya Jawa dan Cina itu mulai menyurut tahun 1950-an. Menurut *Forum Economic Development* (FEDEP) Rembang, tahun 1950-an ada sekitar 140 pengusaha batik Lasem. Tahun 1970-an jumlahnya merosot hingga tinggal sebagian saja. Puncaknya tahun 1980-an pengusaha batik Lasem hanya tinggal mencapai 7 orang saja yang aktif. Selanjutnya perkembangan batik Lasem terus mengalami pasang dan surut.³

Batik tulis Lasem saat ini mulai bangkit kembali sejalan dengan kondisi ekonomi yang mulai membaik, mengingat batik tulis Lasem merupakan produk warisan nenek moyang yang memiliki nilai seni budaya tinggi.

Konsumen batik tulis Lasem dahulunya adalah kalangan tertentu yaitu generasi tua yang bermukim di daerah-daerah pantai. Hal ini disebabkan banyak anak muda yang kurang mengetahui tentang batik, terlebih lagi anak muda zaman sekarang yang telah mengalami modernisasi. Sehingga produsen harus pintar dalam memodernisasi batik tanpa meninggalkan nilai leluhur atau nilai sejarahnya. Namun dalam perkembangannya sekarang ini kalangan muda juga menyukai batik untuk dibuat gaun dan baju. Pemerintah daerah juga menganjurkan memakai pakaian seragam batik lokal yang menjadi khas dari suatu daerah. Hal ini membuka peluang bagi pengusaha industri batik untuk meningkatkan pasarannya.

Bahan batik yang semula hanya diproduksi sebagai kain batik dan baju batik telah mengalami perubahan. Batik yang semula untuk acara resmi telah mengalami perkembangan sebagai *lifestyle*. Produk berbahan dasar batik juga telah menghasilkan banyak ragam

²[Ikm.kemenperin.go.id/knowledge/archives/news/craft-batik-gift/](http://ikm.kemenperin.go.id/knowledge/archives/news/craft-batik-gift/) diakses pada tanggal 29 juni 2020 pukul 19.25

³<http://sentrabatiklasem.com/sejarah-batik-tulis-lasem/>,
Diakses pada tanggal 29 juni 2020 pukul 20.07

produk pakaian dan bahan yang berbahan dasar batik seperti sprei, sarung, jaket, dompet, tas dan lain sebagainya, memberikan ragam pilihan kepada konsumen, sehingga dapat dipakai dan digunakan semua orang dari berbagai jenis usia. Beragamnya bentuk penggunaan dan bentuk fungsi batik menjadikan batik sebagai salah satu *lifestyle*. Beredarnya produk batik sekarang ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli batik.

Persaingan pasar di bidang industri batik tulis Lasem terdiri dari berbagai macam suku bangsa diantaranya, suku Jawa (pribumi) muslim dan Tionghoa. Sudah umum untuk diketahui bahwa sejak dahulu keturunan Tionghoa memang sudah terkenal memiliki kehidupan yang jauh lebih sukses dan mapan secara ekonomi daripada pengusaha pribumi muslim. Namun dalam persaingan industri batik tulis Lasem ini pengusaha pribumi muslim ini juga ikut berperan untuk memperebutkan pasar secara global maupun internasional. Pengusaha pribumi muslim juga ingin memperluas pasarnya dalam menjual batik tulis Lasem yang mereka produksi sendiri. Ada beberapa pengusaha pribumi muslim yang memasarkan batiknya tidak hanya di dalam kota saja, tetapi juga di luar kota juga dengan ikut memasarkan batiknya dalam pameran-pameran yang diadakan di berbagai kota besar di Indonesia. Selain itu, setiap tahun biasanya diadakan Rembang Expo dalam acara hari jadi kota Rembang, juga di daerah Lasem mengadakan karnaval daerah dengan menggunakan gaun batik, selendang batik, baju batik dan lain sebagainya untuk menarik minat penonton yang menyaksikan.

Disini penulis akan meneliti tentang batik karena di daerah penulis terdapat sentra wisata desa batik tulis yang sangat menarik untuk diteliti. Ada beberapa daerah di Indonesia yang menghasilkan batik sehingga menjadika batik sebagai ikon atau ciri khas daerah tersebut. Dalam batik terdapat ratusan bahkan ribuan corak motif yang mengandung makna atau arti bahkan ada yang ada yang sampai mengandung hal-hal mistis. Makna atau arti yang ada dalam batik biasanya menceritakan tentang asal usul daerah batik tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis memilih salah satu sentra batik tulis Lasem yaitu Batik Tulis Sekar Mulyo yang ada di desa Babagan, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang. Menurut penulis, batik ini sangat meraiik untuk diteliti karena perkembangannya yang cukup baik dalam hal penjualannya. Di sentra batik tulis banyak hal-hal yang bisa dikaji seperti halnya strategi pemasaran yang digunakan oleh Batik Tulis Sekar Mulyo ini. Batik ini berdiri pada tahun 2010 dan masih tetap eksis sampai sekarang dan bahkan telah diakui sampai manca negara.

Untuk lokasinya sendiri salah satu faktor yang mendorong penulis untuk memilih sentra batik tersebut sebagai objek penelitiannya. Salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian di batik tersebut karena lokasinya yang berada di desa dimana satu desa tersebut mayoritas penduduknya juga punya usaha batik sehingga memunculkan persaingan antara usaha batik satu dengan yang lainnya. Sentra batik tersebut berada di Desa Babagan Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang.

Penulis lebih berfokus pada strategi pemasaran yang ada di bandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualannya. Hal ini karena bagi penulis strategi pemasaran yang digunakan oleh pemilik sentra tersebut sangat menarik untuk diteliti karena permintaan produk yang sangat tinggi tiap tahunnya dengan strategi pemasaran yang dilakukan saat ini adalah hal yang sangat menarik.

Dari gambaran di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan usaha bisnis Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem yang memungkinkan pertumbuhan dan pemasaran bisnis di Indonesia begitu banyak diminati. Bagaimana bisnis ini melakukan strategi pemasaran, penelitian tersebut dengan judul “**Strategi Pemasaran Batik Tulis Sekar Mulyo Dalam Meningkatkan Volume Penjualan**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan memberikan batasan yang jelas dari pembahasan yang ada untuk memudahkan dalam penelitian. Berdasarkan identifikasi dari latar belakang penelitian, maka penulis memberikan batasan strategi pemasaran batik tulis sekar mulyo dalam meningkatkan volume penjualan yang berada di Desa Babagan, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang mengenai system usaha tersebut baik dari system produksi, distribusi, maupun strategi pemasaran yang digunakan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemasaran yang dilakukan UMKM batik tulis Sekar Mulyo?
2. Apa kelebihan strategi pemasaran UMKM batik tulis Sekar Mulyo tersebut?
3. Apa kekurangan strategi pemasaran UMKM batik tulis Sekar Mulyo tersebut?

4. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dengan analisis SWOT?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan bagaimana pemasaran UMKM batik tulis Sekar Mulyo.
2. Untuk menjelaskan kelebihan strategi pemasaran UMKM batik tulis Sekar Mulyo.
3. Untuk menjelaskan kekurangan strategi pemasaran UMKM batik tulis Sekar Mulyo.
4. Untuk menjelaskan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo dengan analisis SWOT?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan tentang bisnis dalam kaitannya dengan strategi pemasaran yang digunakan.
 - b. Sebagai informasi dan referensi untuk penelitian ilmiah berikutnya mengenai praktik bisnis yang terfokus pada strategi pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi institusi/perusahaan terkait strategi pemasaran terhadap usaha bisnis yang dijalankan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengusaha

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami keseluruhan isi dari skripsi ini penulis akan mendiskripsikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

- BAB III : METODE PENELITIAN
Pada bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.
- BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
- BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

