

STRATEGI PEMASARAN GLOBAL DAN RISET PASAR TERHADAP PENJUALAN  
BATIK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
(Studi Kasus Industri Batik Tulis Giriloyo)

<sup>1</sup>Khotiza Anisa, <sup>2</sup>Wildan Izzaty, <sup>3</sup>Hari Setiawan Saragih, <sup>4</sup>Suhairi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, [khotizaanisa1502@gmail.com](mailto:khotizaanisa1502@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, [wildhanizzathy3@gmail.com](mailto:wildhanizzathy3@gmail.com)

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, [harisaragih03@gmail.com](mailto:harisaragih03@gmail.com)

<sup>4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, [suhairi@uinsu.ac.id](mailto:suhairi@uinsu.ac.id)

**ABSTRACT**

*Marketing strategy is one way of winning a sustainable competitive advantage whether it is for a company that produces goods or services. The market competition is so much to be a challenge for entrepreneurs. One of the industry producing batik in Indonesia is in Wukirsari Village. The purpose of this study is to analyze the marketing strategy of the global industry is batik Giriloyodalam the face of competition. In this study the author uses the descriptive qualitative method where data collection techniques used is literature study. The results showed that the marketing strategy for the global industry is batik tulis Giriloyo is a strategy of product (product), pricing strategy (price), the strategy of promotion (promotion) and distribution strategy (placement) which commonly called the 4P.*

**Keywords:** Marketing Strategies, Competitiveness, Global Marketing, Batik.

**PENDAHULUAN**

Salah satu produk tekstil yang merupakan andalan dari Indonesia adalah batik. Batik merupakan salah satu karya seni yang memiliki nilai tinggi dan menjadi salah satu kebanggaan Indonesia. Batik sendiri memiliki banyak ragam motif yang berbeda di setiap daerah. UNESCO (United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization) pada tanggal 2 Oktober 2009 mengakui batik sebagai warisan budaya Indonesia. Usaha batik tersebar di Indonesia sebanyak 47.000 unit usaha dengan tenaga pekerja sebanyak 200.000 orang. Salah satunya ada Usaha batik tulis Giriloyo yang merupakan usaha batik tulis yang berada di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Industri batik tersebut berpusat di dusun Cengkehan, Giriloyo dan Karangkulon. Yang menjadikan batik ini istimewa karna motif batiknya yang tidak biasa karna motif tersebut merupakan motif warisan turun temurun yang dikembangkan di industri ini.

Industri batik nasional memiliki daya saing yang komparatif dan kompetitif di pasar internasional. Indonesia sendiri menjadi market leader yang menguasai pasar batik dunia. Adapun tantangan yang dihadapi dalam usaha batik di Indonesia adalah dengan melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar yang dapat mempengaruhi proses pemasaran batik, karena bahan pendukung pembuatan batik secara tidak langsung mengalami kenaikan yang signifikan menyebabkan menurunnya minat beli masyarakat terhadap batik Indonesia. Tantangan lainnya yaitu karena adanya batik impor dari luar negeri dengan nilai jual yang relative lebih murah.

Dengan begitu untuk meningkatkan daya saing batik di pasar Global dibutuhkannya Strategi dalam pemasaran. Strategi pemasaran adalah rencana yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam arti lain Strategi pemasaran ialah logika pemasaran yang dipakai unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari strategi khusus yang berhubungan dengan pasar sasaran, bauran pemasaran, dan tingkat pengeluaran pemasaran. (Kotler, 1991).

## LANDASAN TEORI

### Strategi Pemasaran

Strategi merupakan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Sedangkan pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Strategi pemasaran adalah suatu upaya untuk memasarkan dan mengenalkan produk ataupun jasa kepada masyarakat. Dengan menggunakan rencana dan strategi yang matang agar dapat meningkatkan jumlah penjualan. Sedangkan pemasaran sendiri dapat dikatakan sebagai jembatan penghubung antara produsen dan konsumen. Pengertian strategi pemasaran menurut Philip Kotler adalah pola pikir yang digunakan untuk tujuan pemasaran. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik yang digunakan untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran serta besarnya pengeluaran pemasaran.

### Daya Saing

Daya Saing merupakan konsep perbandingan kemampuan serta kinerja perusahaan, sub sektor, atau Negara untuk menjual dan memasok barang atau jasa yang diberikan dalam pasar. Dalam arti lain daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna.

Menurut Lena Ellitan mendefinisikan daya saing adalah kemampuan suatu usaha (perusahaan) untuk memberi nilai lebih terhadap produknya dibandingkan dengan para pesaingnya dan memberikan manfaat pada pelanggannya.

### Pemasaran Global

Pengertian pemasaran global secara sederhana merupakan suatu strategi pemasaran yang dilakukan atau diikuti oleh banyak negara secara mendunia. Singkatnya pemasaran global adalah kegiatan ekonomi yaitu jual beli produk dalam penjualan secara global yang dilakukan oleh masyarakat dunia. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pemasaran global adalah suatu upaya dalam mengutamakan seluruh sumber daya yang ada untuk meraih potensi yang sama di pasar global. Intinya pemasaran global artinya adalah suatu yang penting dan tidak dapat di hindari sebab dengan tuntutan perkembangan zaman dan pola bisnis masyarakat dunia.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Yang hasil penelitiannya berdasarkan pada pengumpulan data skunder dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur. Studi literatur yaitu teknik yang pengumpulan datanya dengan mencari informasi terkait yang menjadi pendukung seperti buku, majalah, gambar, jurnal ilmiah, dokumen elektronik dan lain sebagainya yang dapat memperkuat pernyataan tertentu dalam penelitian tersebut. Kumpulan data studi literature yang didapatkan terdiri dari artikel jurnal, dan textbook sebagai tulisan yang

pernah dibuat sebelumnya, yang dijadikan sumber untuk menyelesaikan persoalan. Pengumpulan studi literature digunakan dengan beberapa tahapan diantaranya adalah pencarian artikel berdasarkan relevansi dengan topic pembahasan dan tahun penelitian, kemudian melakukan pengurutan struktur penjelasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Batik Tulis Giriloyo merupakan batik tulis asli yang masih mengandalkan motif-motif klasik seperti motif Sido Asih, Sido Mukti, Sekar Jagad, Lung Atas Angin, dan Wahyu Tumurun. Motif-motif klasik ini merupakan keunggulan yang dimiliki sentra batik tulis Giriloyo karena tetap dijaga keasliannya selama ratusan tahun. Dalam upaya untuk mengikuti perkembangan jaman, para pengrajin juga membuat batik kontemporer dengan berbagai kreasi motif hasil karya mereka sendiri.

Apabila ditinjau secara teori, strategi-strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha batik tulis Giriloyo dapat dibedakan menjadi 4 macam seperti yang dikemukakan oleh Kotler dalam Gitosudarmo (2000) yaitu strategi produk (product), strategi harga (price), strategi promosi (promotion) dan strategi distribusi (placement) yang biasa disebut 4P.

Strategi produk yang diterapkan oleh pengrajin batik tulis Giriloyo saat ini adalah menghasilkan produk batik tulis Giriloyo yang tetap mempertahankan keaslian produknya yakni dibuat secara tradisional dengan pewarna alami dan tetap mempertahankan motif-motif klasik. Namun, untuk memperluas selera pasar, pengrajin juga memproduksi batik tulis kontemporer yang motifnya dapat lebih beragam serta dapat disesuaikan dengan selera pembeli.

Strategi Pemasaran Strategi pemasaran menurut Sampurno (2010:138) ini di pengaruhi oleh faktor makro dan faktor mikro yaitu sebagai berikut:

1. Faktor makro, yaitu ekonomi, sosial budaya dan demografi, politik dan kebijakan pemerintah, teknologi, dan pesaing Sampurno (2010:138).
2. Faktor Mikro atau lingkungan internal perusahaan menurut (Pearce dan Robinson, 2005:158) pada bagian pemasaran, yang meliputi:
  - a. Posisi produk dalam siklus hidup produk
  - b. Kemampuan untuk mengumpulkan informasi tentang pasar
  - c. Pangsa pasar, produk mix, dan kemampuan ekspansi
  - d. Saluran distribusi, efektifitas penjualan, dan pengetahuan terhadap kebutuhan konsumen
  - e. Kreatifitas, efesiansi, dan efektifitas periklanan dan promosi penjualan
  - f. Strategi penetapan harga
  - g. Pengembangan produk dan pasar baru

Keberhasilan perusahaan dibidang pemasaran terkait dengan keberhasilannya dalam menentukan produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, serta promosi yang relatif efektif. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat serta promosi. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2004:78) bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dipasar sasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran ditetapkan dengan cermat oleh Batik Blimbing Malang agar kepuasan konsumen serta keberlanjutan usaha dapat terwujud.

Strategi harga yang ditetapkan oleh pengrajin batik tulis Giriloyo cukup mahal Meski harga batik tulis ini tergolong mahal, namun pengrajin batik tulis Giriloyo menekankan pada

kualitas batik tulis asli yang tetap dijaga agar pembeli tetap merasa puas pada produk batik hasil karya pengrajin.

Strategi promosi yang diterapkan oleh pengrajin batik tulis Giriloyo secara umum ada 4 macam yaitu dijual secara langsung melalui showroom, mengikuti kegiatan pameran, melalui media internet (website, email, facebook), melalui kartu nama dan melalui leaflet/brosur. Strategi Distribusi terkait saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin maupun pengusaha batik di sentra industri batik tulis Giriloyo pada umumnya adalah sistem penjualan secara langsung. Rantai 5 pemasarannya adalah dari pengrajin langsung kepada pembeli.

Analisis daya saing suatu industri digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh para pesaing serta untuk mengetahui di mana posisi daya saing industri tersebut diantara pesaing-pesaingnya. Posisi daya saing ini dapat digunakan sebagai acuan bagi industri untuk meningkatkan laba atau keuntungan industrinya. Secara umum, strategi yang digunakan industri batik tulis Giriloyo tersebut membutuhkan dukungan dan bantuan dari banyak pihak termasuk pemerintah dan badan-badan swasta, sehingga langkah penting yang harus diambil oleh para pelaku usaha industri batik adalah menggalang dukungan dari pemerintah maupun badan-badan swasta terkait untuk turut serta meningkatkan kegiatan promosi dan mengembangkan sentra industri batik tulis Giriloyo untuk mencapai pemasaran secara global.

## KESIMPULAN

Usaha batik tulis Giriloyo yang merupakan usaha batik tulis yang berada di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Industri batik tersebut berpusat di dusun Cengkehan, Giriloyo dan Karangkulon. Yang menjadikan batik ini istimewa karna motif batiknya yang tidak biasa karna motif tersebut merupakan motif warisan turun temurun yang dikembangkan di industri ini. Strategi pemasaran yang digunakan industri batik tulis Giriloyo dijual secara langsung melalui showroom, mengikuti kegiatan pameran, melalui media internet (website, email, facebook), melalui kartu nama dan melalui leaflet/brosur. Strategi Distribusi terkait saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin maupun pengusaha batik di sentra industri batik tulis Giriloyo pada umumnya adalah sistem penjualan secara langsung. Strategi yang digunakan industri batik tulis Giriloyo tersebut membutuhkan dukungan dan bantuan dari banyak pihak termasuk pemerintah dan badan-badan swasta, sehingga langkah penting yang harus diambil oleh para pelaku usaha industri batik adalah menggalang dukungan dari pemerintah maupun badan-badan swasta terkait untuk turut serta meningkatkan kegiatan promosi dan mengembangkan sentra industri batik tulis Giriloyo untuk mencapai pemasaran secara global.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baiquni, M. (2004). Buku Ajar Manajemen Strategis. Yogyakarta : Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada.
- Bintarto, R., dan Hadisumarno, Surastopo. (1987). Metode Analisa Geografi. Jakarta : Lembaga Penelitian, pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Effendi, Sofian., dkk. (2012). Metode Penelitian Survey. Jakarta : LP3ES Gitosudarmo,
- Indriyo. (2000). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- Kotler, Philip. (1991). Marketing Jilid 2, (Diterjemahkan oleh Herujati Purwoko). Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip. (1993). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, (Diterjemahkan oleh Adi Zakaria Afif). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Muta'ali, Lutfi., dan Widiyanto, Dodi. (2013). Bahan Ajar Metode dan Teknik I : Analisis Sosial Ekonomi. Yogyakarta : Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada.