

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi merupakan pendekatan atau perencanaan yang disusun untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Dalam konteks *public relation*, strategi memegang peranan penting dalam merancang langkah-langkah ke depan, terutama dalam kegiatan *promotional*. Pemilihan strategi yang tepat sangat memengaruhi keberhasilan proses *promotional*. Oleh karena itu, penyusunan strategi yang tepat diperlukan agar perencanaan dapat terlaksana sesuai dengan harapan.

Membangun citra merupakan aktivitas promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan, memperkuat, dan mempertahankan eksistensi sebuah merek agar dapat menarik dan membentuk persepsi positif di benak para pelanggan maupun para penggemar. Promosi merupakan strategi yang diterapkan untuk menciptakan ketertarikan pelanggan. Strategi Promosi dapat mempercepat kesuksesan suatu brand dalam memasarkan produknya. Hal ini terjadi pada peningkatan nilai produk (*product value*) dan nilai merek (*brand value*), sehingga dapat mengurangi pengaruh harga dalam keputusan pembelian.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu elemen penting dalam ekonomi suatu negara atau daerah. Pengembangan sektor UMKM memiliki arti penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat kemiskinan di suatu negara. Peranan UMKM menunjukkan bahwa usaha ini perlu ditingkatkan lebih lanjut. Untuk meningkatkan usaha perlu

strategi pemasaran dan *promotional*, karena hal ini sangat penting pada kerasnya persaingan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Pelaku usaha perlu meningkatkan efektivitas dan nilai bagi pelanggan. Menurut Bestari (2003:85) respons terbaik untuk melindungi pasar adalah dengan melakukan inovasi secara berkelanjutan.

Batik merupakan karya seni yang menawan dan harus dilestarikan agar tetap menjadi bagian dari warisan budaya Indonesia. Batik adalah kain tradisional Indonesia yang bergambar dibuat dengan cara khusus dengan menuliskan atau menerapkan malam pada kain. Di Ponorogo ada pengrajin batik salah satunya adalah Sigun Batik Lukis. Sigun Batik Lukis berada di Jalan Kartini, Wetan Dalem, Desa Carat, Kecamatan Kauman, Kabupaten Ponorogo.

Sigun Batik Lukis merupakan salah satu seni batik yang menggunakan teknik tradisional dan menggabungkan dengan inovasi artistik modern. Sigun Batik Lukis ini sudah ada sejak 2008. Batik lukis merupakan teknik batik modern yang melibatkan proses menggambar langsung diatas kain menggunakan lilin atau malam yang panas sebagai penghalang warna dengan motif unik dan penuh kreatifitas. Batik lukis merupakan contoh batik kontemporer yang dihasilkan melalui teknik yang khas. Batik lukis dibuat dengan teknik melukis (Mifzal, 2014:23). Motif-motif pada batik lukis Sigun, mencakup berbagai elemen baik tradisional maupun modern, termasuk motif fauna, flora, geometris, serta figuratif seperti manusia atau karakter wayang. Pemilik Sigun batik lukis selain melestarikan batik di Ponorogo beliau membuka pelatihan batik di rumahnya yang dinamakan Sasono Batik Lukis. Sigun Batik Lukis sudah memperoleh Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dari Pemerintah Republik Indonesia dengan Nomor Induk

Berusaha (NIB) 1236000101378 berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Strategi *promotional* merupakan hal yang sangat penting bagi para UMKM untuk menciptakan identitas yang mudah dikenali. Strategi *promotional* dapat meningkatkan kesadaran merek bagi para pelanggan. Namun, Sigun Batik Lukis memiliki strategi *promotional* yang kurang optimal terutama di platform digital, seperti media sosial dan e-commerce resmi dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi antar konsumen. Hal ini mengakibatkan kurang maksimalnya efektivitas *promotional* platform digital, dan juga *promotional* secara langsung Sigun Batik Lukis.

Proses pelaksanaan *promotional* sangat berkaitan dengan kegiatan marketing. Meskipun *promotional* dan pemasaran bukanlah dua hal yang sama, keduanya memiliki hubungan yang saling mendukung dan melengkapi. Dalam pengertian yang lebih sederhana, marketing berfungsi untuk memberikan informasi tentang brand kepada konsumen, Di sisi lain, *promotional* berperan dalam membangun dan menciptakan “landasan” bagi brand tersebut. Untuk melengkapi penelitian ini penulis menggunakan teori marketing mix 11P dimana teori tersebut berkaitan erat dengan aktivitas *public relation* yang berhubungan dengan proses *promotional*. Menurut Kotler (2000) dalam jurnal yang ditulis Hidayati tahun 2020 teori marketing mix 11P diantaranya adalah *product, price, promotion, place, people, public relation, physical evidence, power, pressure, performance, dan process*. Penelitian ini akan meneliti Strategi Sigun Batik Lukis menerapkan *promotional mix* di UMKM Ponorogo dalam meningkatkan daya tarik di pasar.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang kondisi suatu objek dengan penjelasan yang lebih mendalam dan jelas.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis begitu tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Promotional Mix Pada Sigun Batik Lukis Ponorogo**”.

B. Rumusan Masalah

Dari pernyataan latar belakang diatas, Bagaimana Analisis Strategi Promotional Mix Pada Sigun Batik Lukis Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promotional mix yang bisa dilakukan Sigun Batik Lukis Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan ilmu-ilmu serta pemahaman baru dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemilik Sigun Batik Lukis dalam mengembangkan strategi promotional, serta mendorong dalam mengembangkan usaha UMKM