

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Grobogan adalah salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Grobogan terdiri dari 273 desa dan 7 kelurahan yang tersebar di 19 kecamatan. Kabupaten Grobogan merupakan kabupaten terluas kedua di Provinsi Jawa Tengah setelah Kabupaten Cilacap (grobogan, 2020). Kabupaten Grobogan memiliki berbagai potensi industri, salah satunya Industri Kecil Menengah (IKM) tekstil yaitu batik tulis tradisional. Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan dibentuk pada tahun 2010 oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Kelompok Usaha Bersama (KUB) merupakan sebuah organisasi yang mewadahi pengrajin batik di Kabupaten Grobogan.

KUB tersebut terdiri dari para pengrajin dan anggota KUB yang membantu memproduksi batik. Sebagian Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan dijalani oleh ibu rumah tangga, serta antar KUB rutin mengadakan pertemuan untuk saling berdiskusi mengenai produksi batik yang dijalankan. Kelompok usaha bersama (KUB) Batik Grobogan sering mendapatkan pelatihan dan pembinaan mengenai produksi batik dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Produk batik yang dihasilkan dari kelompok usaha bersama (KUB) masih berupa tekstil (kain).

Batik Grobogan memiliki motif tanaman, seperti motif kedelai, bambu, padi, dan jagung. Motif batik yang populer serta dijadikan sebagai ikon batik lokal adalah motif PaJale (padi, jagung, dan kedelai). Dimana motif tersebut merupakan ciri khas dari daerah kabupaten Grobogan yang membedakan dari daerah lainnya

Berikut terdapat data 27 KUB yang masih aktif dalam memproduksi Batik Grobogan.

Tabel 1.1 Data KUB Batik Grobogan

No.	Nama KUB	Ketua KUB	Produk
1.	Sekartaji	Yanto	Batik
2.	Srikandi	Listriyani	Batik
3.	Ayu wandira	Puji purminah	Batik
4.	Sekar	Agus sugiharto	Batik
5.	Flamboyan	Nunung	Batik
6.	Kwaron Ayu	Rukiah	Batik
7.	Arum Mandiri	Kusnandar	Batik
8.	Kinanti	Nur khayati	Batik
9.	Jasmine	Endang ss	Batik
10.	Dewi Kunthi	Romdonah	Batik
11.	Serang	Sri listyowati	Batik
12.	Mekar Sari	Trimurti	Batik
13.	Arum Sari	Sri ningsih	Batik
14.	Tapak Bimo	Endang	Batik
15.	Melati Putih	Setyowati	Batik
16.	Teratai	Wiwik	Batik
17.	Purudita	Siswanto	Batik
18.	Gatokaca	Sri mulyani	Batik
19.	Langgeng Jaya	Sri langgeng	Batik
20.	Kalanting	Yeni	Batik
21.	Sri Rejeki	Lilik suryani	Batik
22.	Seruni	Nurhidayati	Batik
23.	Kidang Kencono	Veronika asri	Batik
24.	Diva Putra	Istiqamah	Batik
25.	Seroja	Endang S	Batik
26.	Sutra kencana	Haryanto	Batik
27.	Sido Mukti	Ari purwani	Batik

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Grobogan (2020)

Dalam melakukan pemasaran Batik Grobogan, para pengrajin batik memasarkan produknya secara konvensional (*direct selling*), melalui media *messenger* (WhatsApps dan Facebook), kartu nama dan bekerjasama dengan pemilik pasar swalayan dan hotel, pameran. Pemerintah kabupaten Grobogan menyediakan fasilitas pemasaran di Pusat Promosi Produk IKM Gedung Ir Dalmadi Grobogan.



Gambar 1. 1 Gedung IKM Ir Dalmadi
Grobogan.

sumber: Data Primer



Gambar 1. 2 KUB Batik Grobogan

Sumber: Data Primer



Gambar 1. 3 KUB Batik Grobogan

Sumber: Data Primer

1.2 Latar Belakang Penelitian

Batik merupakan salah satu bentuk aset warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan. Budaya membatik merupakan suatu tradisi yang turun menurun, hal ini terdapat berbagai motif batik yang memiliki nilai filosofi dan budaya dari masing-masing daerah (Trixie, 2020). Semenjak The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) mengakui Batik pada tanggal 2 Oktober 2009 sebagai warisan budaya Indonesia, maka hal ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk dapat berkreasi menghasilkan motif dan ciri khas dari setiap daerah (Kompas, 2017).

Batik sebagai produk kerajinan memiliki nilai seni yang tinggi dan memiliki makna filosofis harus tetap dijaga. Saat ini, batik di Indonesia mempunyai berbagai macam motif batik yang khas dipengaruhi oleh budaya dan kearifan lokal dari setiap daerah (batik.go.id,2020). Motif batik adalah pola yang menjadi kerangka gambar pada batik yang berupa perpaduan antara garis, bentuk, dan isen (isi) yang menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan (bkkb.kementrian, 2020).

Sektor Industri berpotensi memiliki peran besar dalam berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan di Indonesia. Pembangunan di bidang industri dilakukan secara bertahap agar dapat mendorong perkembangan industri di berbagai daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh daerah tersebut. Sektor tersebut didominasi oleh Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang tersebar dalam 101 sentra di seluruh Indonesia dengan jumlah mencapai 47 ribu unit usaha dan telah menyerap 200 ribu tenaga kerja (Kemenperin, 2020).

Industri batik merupakan bagian dari sektor industri kreatif yang dapat menggerakkan perekonomian nasional. Selain itu industri batik menjadi salah satu penggerak ekonomi kerakyatan yang mampu memberikan kontribusi dalam peningkatan nilai, penyerapan tenaga kerja dan penyumbang nilai ekspor nasional (bkkb.kementrian, 2020). Salah satu Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang sangat berkembang pesat di Indonesia adalah industri batik. Jumlah Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik di Indonesia mencapai 6.120 unit. Industri batik mendapatkan prioritas pengembangan karena dinilai mempunyai daya ungkit besar dalam penciptaan nilai tambah, perdagangan, besaran investasi, dan memberikan dampak terhadap industri lainnya (batik.go.id,2020).

Sedangkan jumlah Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik di Jawa Tengah mencapai 1.605 unit (Siregar *et.al*, 2020). Sebagian besar pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) tersebar di berbagai provinsi Indonesia, salah satunya Jawa Tengah. Jawa Tengah memiliki sektor industri kreatif, yaitu industri batik. Beberapa daerah di Provinsi Jawa Tengah dikenal sebagai pusat industri batik, seperti Solo, Pekalongan, dan Yogyakarta serta salah satu daerah yang mendapatkan dukungan untuk mengembangkan industri batik adalah Kabupaten Grobogan.

Pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik di Kabupaten Grobogan terdapat Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan yang merupakan organisasi yang mewadahi pengrajin Batik Grobogan. Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan dibentuk pada tahun 2010 oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Pada setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) memiliki anggota (tenaga kerja) berkisar 3-16 orang.

KUB Batik Grobogan merupakan salah satu bentuk usaha yang telah dijalankan oleh masyarakat Kabupaten Grobogan. Batik Grobogan berpotensi untuk berkembang karena memiliki produk yang unik dan merupakan salah satu warisan budaya Indonesia. Kabupaten Grobogan menjadi produsen batik, hal ini di tandai dengan banyaknya para pengrajin yang memproduksi batik dengan berbagai motif berupa tanaman, seperti motif kedelai, bambu, jati, padi, dan jagung. Motif-motif ini merupakan ciri khas Batik Grobogan yang membedakan dari batik asal daerah lainnya. Motif yang paling populer serta dijadikan sebagai ikon batik lokal adalah motif PaJale (Padi, jagung, dan kedelai). Selain menggambarkan Kabupaten Grobogan sebagai ladang pangan melalui motif tanaman, Kabupaten Grobogan juga mempopulerkan motif batik yang menggambarkan tempat bersejarah dan Objek Wisata seperti motif Kirab Boyong Grobog, Api Abadi Mrapen, Bledug Kuwu, Gandrik Ki Ageng Selo, dan Kedung Ombo dan lainnya.

Pada saat ini, industri batik berupaya untuk menciptakan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan kinerja usahanya. Dengan bertumbuhnya kinerja sektor industri tersebut, maka pelaku industri harus menjaga kualitas dan meningkatkan produksi penjualan (ekonomi. bisnis, 2021). Kemajuan teknologi informasi yang berkembang pesat, sebagian kegiatan pada sektor industri memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Dengan penerapan teknologi memberikan dampak yang positif bagi kinerja industri serta meningkatkan penjualan dan budaya lokalpun tetap terjaga. Melalui pemanfaatan teknologi, industri batik akan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pemulihan ekonomi sosial karena dampak *pandemic* Covid-19 (Kemenperin, 2020).

Industri batik saat ini diharapkan mampu beradaptasi dari berbagai perubahan dengan berfikir kreatif dan inovatif melalui pemanfaatan teknologi dan optimalisasi sumber daya yang ada sehingga mampu meningkatkan produktivitasnya serta berkontribusi positif bagi perekonomian nasional (batik.go.id, 2020). Salah satu pemanfaatan teknologi, yaitu dengan melakukan pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram*, *WhatsApp* dan *Facebook* serta melakukan penjualan melalui *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Pemasaran merupakan upaya untuk memasarkan suatu produk sehingga produk tersebut dapat dikenali dan diminati oleh masyarakat serta dapat bersaing di pasaran.

Harga merupakan suatu yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Perusahaan harus menetapkan harga yang terjangkau, harga sesuai dengan kualitas atau manfaatnya dan harga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Harga batik yang ditawarkan oleh pengrajin/ KUB Batik di Kabupaten Grobogan beragam sesuai dengan motif dan kualitas bahan yang digunakan sehingga harga yang telah ditetapkan atau ditawarkan dapat dijangkau dan sesuai kemampuan daya beli oleh semua kalangan konsumen. Sedangkan pengrajin dalam menetapkan harga jual batik berdasarkan bahan baku yang digunakan seperti kain, motif, pewarnaan, dan malem (lilin) dll. Harga menjadi salah satu dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu usaha. Dengan memberikan harga yang tepat akan meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan menunjukkan besaran jumlah barang atau jasa yang terjual pada suatu perusahaan (Kencana, 2020). Disamping itu, terdapat data penjualan pada tahun 2017-2020 sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data penjualan Batik Grobogan pada tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah KUB	Penjualan
2017	40	18.926
2018	40	17.920
2019	27	12.289
2020	27	12.032

Sumber: Dinas perindustrian dan perdagangan Kab.Grobogan, 2020

Berdasarkan data dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah KUB dan jumlah penjualan Batik Grobogan dalam 3 (tiga) tahun terkahir mengalami penurunan, pada tahun 2017 dimana jumlah KUB Batik Grobogan sebanyak 40 KUB dengan jumlah penjualan 18.926 kain batik sedangkan pada tahun 2020 hanya terdapat 27 KUB dengan jumlah penjualan 12.032 kain batik.

Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik selama ini terdapat tiga persoalan, yaitu seperti permodalan, daya saing dan pemasaran. Dalam persoalan terkait pemasaran, pihak Disperindag akan berupaya agar para pengrajin batik bisa

menjual barang secara terus menerus sehingga kelangsungan usahanya terus berjalan (Disperindag.grobogan, 2020). Selain itu, berdasarkan wawancara peneliti kepada ketua KUB Batik Grobogan, menyatakan bahwa saat ini Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan melakukan pemasaran melalui media konvensional (*direct selling*) dan belum menggunakan *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, serta *website*. Sedangkan untuk kendala dalam menetapkan harga jual batik tulis seperti, terdapat daya saing harga antar KUB, penawaran harga dari konsumen yang terlalu rendah dari harga yang telah ditetapkan, dan harga batik tulis kurang terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah.

Pemasaran yang dilakukan oleh kelompok usaha bersama (KUB) Batik Grobogan belum optimal karena hanya melalui mulut ke mulut dan menggunakan media *messenger WhatsApp* serta melakukan produksi pada saat terdapat permintaan dari konsumen. Oleh karena itu, pemasaran Batik Grobogan masih perlu ditingkatkan agar eksistensi Batik Grobogan dapat dikenal baik di tingkat lokal, nasional, maupun dengan melakukan pemasaran yang lebih beragam.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, penulis terdorong untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul: “Analisis Harga Terhadap Volume Penjualan KUB Batik Grobogan”.

1.3 Perumusan Masalah

Terdapat penurunan Jumlah KUB dan jumlah penjualan Batik Grobogan dalam 3 (tiga) tahun terakhir dari tahun 2017 dimana jumlah KUB Batik Grobogan sebanyak 40 KUB dengan jumlah penjualan atau produksi 18.926 kain batik sedangkan pada tahun 2020 hanya terdapat 27 KUB dengan jumlah penjualan 12.032 kain batik. Harga menjadi salah satu dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu usaha. Dengan memberikan harga yang tepat akan meningkatkan volume penjualan. Saat ini Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan melakukan pemasaran melalui media konvensional (*direct selling*) dan belum menggunakan *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee dan Lazada, dll serta *website* serta kendala dalam menetapkan harga jual batik tulis seperti, terdapat daya saing harga antar KUB, penawaran harga dari konsumen yang terlalu rendah dari harga yang telah ditetapkan, dan harga batik tulis kurang terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah.

Pemasaran yang dilakukan oleh kelompok usaha bersama (KUB) Batik Grobogan belum optimal karena hanya melalui mulut ke mulut dan media *messenger*, yaitu *WhatsApp* dan melakukan produksi pada saat terdapat permintaan dari konsumen. Oleh karena itu, pemasaran Batik Grobogan masih perlu ditingkatkan agar penjualan meningkat serta dengan melakukan pemasaran yang lebih beragam.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap volume penjualan pada KUB Batik Grobogan?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap volume penjualan pada KUB Batik Grobogan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menemukan jawaban permasalahan dari fenomena yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dipaparkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap volume penjualan pada KUB Batik Grobogan
2. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh harga terhadap volume penjualan pada KUB Batik Grobogan

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat menghasilkan kegunaan dan manfaat yang berupa:

1.6.1 Aspek Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu dalam bidang bisnis mengenai mengenai analisis harga terhadap volume penjualan dan temuan yang ada dalam penelitian ini diharap menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.6.2 Aspek Praktis

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi

kepada pengrajin Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan bahwa harga dan volume penjualan berada dalam kategori sangat baik. Sehingga pengrajin Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Grobogan dapat memperhatikan harga agar volume penjualan dapat meningkat.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan dan menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran

yang berkaitan dengan manfaat penelitian