

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK
IKM BATIK PAMEKASAN MADURA
STUDI PADA SENTRA BATIK DI DESA KLAMPAR
KECAMATAN PROPO, PAMEKASAN**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Menyelesaikan Jenjang Pendidikan S-2
Program Studi Magister Tatakelola Seni



Diajukan Oleh

Christin Mardiana
1420078423

PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2016

TESIS
MAGISTER TATA KELOLA SENI

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK
IKM BATIK PAMEKASAN MADURA
STUDI PADA SENTRA BATIK DI DESA KLAMPAR
KECAMATAN PROPO, PAMEKASAN

Diajukan oleh:
Christin Mardiana
NIM: 1420078423

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 13 Juli 2016
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari


Kurniawan Adi Saputro Ph.D.
Pembimbing


Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si.
Penguji Ahli


Dr. Puwanto Widyo Harsanto, M.Sn.
Ketua Tim Penilai

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, 27 Juli 2016

29 JUL 2016

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Prof. Dr. Djohan, M.Si.
NIP. 196112171994031001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Yogyakarta, 29 Juni 2016

Yang Membuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'C' followed by the name 'Mardiana' in a cursive script.

Christin Mardiana
14200 78 423

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga tugas akhir yang berjudul “Strategi Pengembangan Pemasaran Produk IKM Batik Pamekasan Madura Studi pada Sentra Batik di Desa Klampar Kecamatan Proppo, Pamekasan” dapat terselesaikan dengan baik. Dalam penelitian ini tentunya tidak lepas dari segala kekurangan mengingat terbatasnya kemampuan dan pengetahuan peneliti. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tidak sedikit bantuan yang telah diberikan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan motivasi, serta biaya selama studi. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan ridhonya dan memberikan kelancaran dalam melakukan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Djohan, M.Si selaku Direktur Program Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Bapak Kurniawan Adi Saputro, PHd selaku dosen pembimbing yang banyak memberi masukan dan juga saran serta banyak meluangkan waktunya sehingga laporan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang banyak memberi masukan dalam ilmu manajemen dan juga saran serta banyak

meluangkan waktunya sehingga laporan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Para dosen pengajar dan seluruh staf Admawa Pascasarjana ISI Yogyakarta yang telah melayani kebutuhan administrasi selama penulis menjadi mahasiswa dengan baik dan cepat tanggap.
6. Bapak Badrus Saleh, Sugianto dan Bambang Edi Suprpto serta IKM dan pemilik galeri batik yang sudah memberikan banyak informasi mengenai batik Pamekasan Madura.
7. Suami, anak-anak tercinta dan ibu tersayang yang selalu memahami dan memberikan dukungan, waktu, motivasi serta bantuan tenaganya.
8. Teman – teman seperjuangan di MTS angkatan 2014 yang selalu kompak, saling membantu, memotivasi, canda tawa dan telah memberikan pengalaman kuliah yang luar biasa selama 2 tahun terakhir, serta semua pihak yang berkenan memberikan bantuan tenaga serta pikirannya demi terselesaikannya penelitian ini dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan baik isi maupun metodologinya. Untuk itu, saran, arahan, kritik, dan masukan yang sifatnya membangun dan menyempurnakan sangat diharapkan peneliti. Pada akhirnya peneliti berharap pada tesis ini bermanfaat dan memberikan wawasan bagi peneliti khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 29 Juni 2016

Christin Mardiana

DAFTAR ISI

	Hal
<i>Halaman sampul</i>	
<i>Halaman Pengesahan</i>	<i>i</i>
<i>Halaman Pernyataan</i>	<i>ii</i>
<i>Ucapan Terima Kasih</i>	<i>iii</i>
<i>Daftar Isi</i>	<i>v</i>
<i>Daftar Tabel</i>	<i>ix</i>
<i>Daftar Bagan & Gambar</i>	<i>xi</i>
<i>Daftar Lampiran</i>	<i>xii</i>
<i>Intisari</i>	<i>xiii</i>
<i>Abstract</i>	<i>xiv</i>
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>5</i>
1.3 Pertanyaan Penelitian	<i>5</i>
1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian	<i>6</i>
1.4.1 Tujuan Penelitian	<i>6</i>
1.4.2 Manfaat Penelitian	<i>6</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	<i>8</i>
2.2 Kerangka Teori	<i>11</i>
2.2.2 Strategi pengembangan	<i>11</i>
2.2.2 Pemasaran	<i>12</i>
2.2.3 Strategi pemasaran	<i>14</i>
2.2.4 Analisis Pasar	<i>16</i>
2.2.4.1 Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	<i>17</i>

2.2.4.2	Segmentasi pasar	17
2.2.4.3	Target pasar	17
2.2.4.4	Nilai tambah	18
2.2.4.5	Masa hidup produk	18
2.2.4.6	Struktur pasar	18
2.2.4.7	Persaingan dan strategi pesaing	19
2.2.4.8	Ukuran pasar	19
2.2.4.9	Pertumbuhan pasar	19
2.2.4.10	Laba kotor	20
2.2.4.11	Pangsa pasar	20
2.2.5	Analisis Lingkungan Internal	23
2.2.6	Analisis Lingkungan Eksternal	23
2.2.7	Analisis SWOT	24
2.2.8	I K M	25
2.2.9	Karakter Batik Pamekasan	29
2.2.10	Potensi Batik Pamekasan Madura	31
2.2.10.1	Kampoeng Batik	31
2.2.10.2	IKM Batik Pamekasan	32
2.2.11	Sarana dan Prasarana di Pamekasan	33
2.2	Kerangka Berpikir	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	36
3.2	Lingkup Penelitian	37
3.2.1	Lokasi Penelitian	37
3.2.2	Obyek Penelitian	37
3.2.3	Waktu Penelitian	38
3.3	Metode Kuantitatif	38
3.3.1	Jenis Data	38
3.3.2	Subjek Penelitian	38
3.3.3	Pengumpulan Data	39

3.3.4 Analisis Data	43
3.4 Metode Kualitatif	44
3.4.1 Jenis Data	44
3.4.2 Subjek Penelitian	44
3.4.3 Instrumen Penelitian	48
3.4.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.5 Analisis Data Kualitatif	51
3.4.6 Triangulasi Metode	52
3.4.7 Analisis SWOT	55
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	65

BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Proses Pengisian Kuesioner di Lapangan	66
4.2 Proses Wawancara di Lapangan	67
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner	68
4.4 Data Demografi Hasil Pengisian Kuesioner oleh Pembeli batik	70
4.5 Penilaian Konsumen Terhadap Batik Pamekasan	72
4.6 Analisis Pasar	75
4.6.1 Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	76
4.6.2 Segmentasi pasar	77
4.6.3 Target pasar	78
4.6.4 Nilai tambah	78
4.6.5 Masa hidup produk	79
4.6.6 Struktur pasar	80
4.6.7 Persaingan dan strategi pesaing	80
4.6.8 Ukuran pasar	81
4.6.9 Pertumbuhan pasar	81
4.6.10 Laba Kotor	82

4.6.11 Pangsa Pasar	82
4.7 Analisis SWOT untuk Pasar	83
4.7.1 Faktor Internal	83
4.7.1.1 Kekuatan	84
4.7.1.2 Kelemahan	84
4.7.2 Faktor Eksternal	84
4.7.2.1 Peluang	84
4.7.2.2 Ancaman	84
4.7.3 Tahap Masukan	85
4.7.4 Tahap Pencocokan	90
4.7.5 Tahap Keputusan	93
4.7.6 Matrix SWOT	95
4.7.7 Pembahasan	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	103
5.2 Implementasi manajerial	104
5.3 Keterbatasan Penelitian	105
5.4 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 Galeri Batik di Pamekasan	34
Tabel 2 Subjek Penelitian Kuantitatif	38
Tabel 3 Jadwal Penyebaran Kuesioner	42
Tabel 4 Tabel Mean	44
Tabel 5 Subjek Penelitian Kualitatif	46
Tabel 6 Jadwal wawancara	50
Tabel 7 Penilaian Bobot Faktor Internal	57
Tabel 8 Penilaian Bobot Faktor Eksternal	57
Tabel 9 Matrik EFE	61
Tabel 10 Matrik IFE	61
Tabel 11 Matrik IE (Internal dan Eksternal)	62
Tabel 12 Matriks SWOT (Strengths-Weaknesses- Opportunities-Threats)	63
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Data Kuesioner	69
Tabel 14 Data Demografi Pembeli Batik Pamekasan	70
Tabel 15 Penilaian konsumen terhadap batik Pamekasan	72
Tabel 16 Hasil Pengisian Kuesioner oleh IKM dan Pemilik Galeri	75
Tabel 17 Penilaian bobot faktor Internal (Kekuatan & Kelemahan)	85
Tabel 18 Penilaian bobot faktor Eksternal (Peluang & Ancaman)	86
Tabel 19 Pemberian peringkat terhadap kekuatan batik Pamekasan	87
Tabel 20 Pemberian peringkat terhadap kelemahan batik Pamekasan	87
Tabel 21 Pemberian peringkat terhadap peluang batik Pamekasan	88

Tabel 22	Pemberian peringkat terhadap ancaman batik Pamekasan	88
Tabel 23	Hasil analisis Matrix IFE	89
Tabel 24	Hasil analisis Matris EFE	89
Tabel 25	Matrix IE tatakelola IKM batik Pamekasan	90
Tabel 26	Bobot Skor Kekuatan	91
Tabel 27	Bobot Skor Kelemahan	91
Tabel 28	Bobot Skor Peluang	91
Tabel 29	Bobot Skor Ancaman	92
Tabel 30	Matriks SWOT	95



DAFTAR BAGAN & GAMBAR

	Hal
Gambar 1 Model sederhana proses pemasaran	13
Gambar 2 Strategi dan bauran pemasaran	16
Gambar 3 Beberapa motif batik Pamekasan	29
Gambar 4 Beberapa warna batik Pamekasan	30
Gambar 5 Peta Sebaran Sentra Batik di Pamekasan	33
Bagan 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 6 Model Desain Kombinasi Triangulasi Sumber dan Triangulasi Metode	54
Gambar 7 Kuadran Analisis SWOT pemasaran produk batik Pamekasan	92



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1	Kuesioner untuk IKM dan Galeri Batik Pamekasan 113
Lampiran 2	Kuesioner untuk Pembeli Batik Pamekasan 116
Lampiran 3	Panduan Pertanyaan untuk Lurah dan Dekranasda Pamekasan 118
Lampiran 4	Panduan Pertanyaan untuk IKM dan Galeri Batik pamekasan 120
Lampiran 5	Panduan Pertanyaan untuk Pembeli Batik Pamekasan 121
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner 122
Lampiran 7	Salin Tulis Hasil Wawancara dengan Lurah, Dekranasda, IKM, Galeri dan Pembeli Batik Pamekasan 125
Lampiran 8	Pengodean Hasil wawancara 151
Lampiran 9	Daftar Responden IKM dan Galeri batik di Pamekasan 156
Lampiran 10	Data mentah hasil pengisian kuesioner oleh pembeli batik Pamekasan 160
Lampiran 11	Hasil Analisis SWOT Lurah, Sekdes dan Dekranasda 166
Lampiran 12	Dokumentasi IKM Batik Pamekasan 175

INTISARI

Batik sebagai kekayaan tradisi Indonesia sebaiknya mampu bersaing di pasar regional dan nasional. Untuk itu, dibutuhkan berbagai inovasi pengembangan. Inovasi itu tidak hanya sebatas pemasaran, tetapi juga peningkatan pasar IKM (Industri Kecil dan Menengah) batik itu sendiri. Perkembangan persaingan pasar yang ketat sudah mempengaruhi kehidupan perekonomian regional maupun nasional. Di Pamekasan, produk IKM yang bernilai ekonomi kreatif yaitu batik Pamekasan, Madura sebaiknya dikembangkan agar kompetitif di persaingan pasar regional dan nasional saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kegiatan pemasaran yang ada dan dapat ditingkatkan di Kabupaten Pamekasan sesuai dengan riset dan analisis pasar yang dilakukan, menganalisa faktor lingkungan eksternal dan internal yang dihadapi oleh sentra IKM batik di Desa Klampar, Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan. Analisis pasar perlu dilakukan dengan meninjau jenis pasar produknya, motif dan perilaku, segmen pasar dan penentu sasaran pasarnya. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik wawancara mendalam dan observasi, yang didukung dengan data kuantitatif secara spesifik sebagai studi awal analisis dalam penelitian ini akan menjelaskan jenis produk, ciri khas produk, proses produksi, harga produk, distribusi produk, cara /sistem pemasaran dan segmentasi pasar serta proses produksi.

Hasil dari penelitian ini adalah rekomendasi bagi pemerintah Daerah Pamekasan untuk mengembangkan pemasaran batik Madura di Pamekasan untuk dijadikan komoditi industri yang dapat menunjang potensi Madura sebagai kawasan pariwisata dan pengembangan produk branding di Kabupaten/Kota Pamekasan.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, IKM Batik, Pamekasan

ABSTRACT

Batik as an Indonesia heritage should be able to compete in regional and national markets. Therefore, variety of innovative economic development are needed, not only for marketing itself, but also to make a better strategy of trading SMEs product of Batik, for currently, a tight market competition is already affecting the regional and national economy. In district of Pamekasan, one of SMEs valuable product of the creative economy is Batik Pamekasan, and it should be developed to compete in the regional and national market competition nowadays.

This research aims are to analyze existing marketing activities and can be improved in Pamekasan according to market research and analysis conducted, analyzing factors in external and internal environment faced by SMESs center which is produce Batik in the village of Klampar, Districts of Proppo, in Pamekasan. A market analysis needs to be done by reviewing the type of product markets, motives and behavior, market segments and determines the target market. By using qualitative depth interview and observation, supported by certain quantitative datas as a preliminary study analysis in this research will explain the types of products, particularity of products, production processes, product pricing, product distribution, method or system of marketing and market segmentation as well.

The results of this research are recommendations for the local government to develop marketing of Batik Pamekasan on Madura, to serve as industrial commodities as product branding development that can support Madura potentials as tourist destination in the district of Pamekasan.

Keywords: Strategy, Marketing, SMEs Batik, Pamekasan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik sebagai kekayaan tradisi Indonesia sebaiknya mampu bersaing di pasar regional dan nasional. Untuk itu, dibutuhkan berbagai inovasi pengembangan. Inovasi itu tidak hanya sebatas pemasaran, tetapi juga peningkatan pasar IKM (Industri Kecil dan Menengah) batik itu sendiri. Perkembangan persaingan pasar yang ketat sudah mempengaruhi kehidupan perekonomian regional maupun nasional. Di Pamekasan, produk IKM yang bernilai ekonomi kreatif yaitu batik Pamekasan, Madura sebaiknya dikembangkan agar kompetitif di persaingan pasar regional dan nasional saat ini.

Keberhasilan IKM dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan IKM dalam memasarkan produknya, apabila IKM dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian, maka IKM sebaiknya bisa menerapkan suatu strategi pengembangan pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pengembangan pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisis pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi. Agar produk yang dipasarkan dapat

berhasil, maka IKM sebaiknya menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan. Oleh karena itu IKM sebaiknya bisa mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produknya.

Analisis pasar yang dilakukan akan menyangkut lokasi pasar, luasnya pasar, sifatnya pasar dan karakteristik pasar. Keberhasilan IKM dapat ditentukan oleh ketepatan strategi pemasaran yang diterapkannya dengan dasar memperhatikan situasi dan kondisi dari analisis pasarnya. Di dalam menganalisis pasar, perlu meninjau jenis pasar produknya, motif dan perilaku, segmen pasar dan penentu sasaran pasarnya. Masalah yang perlu dianalisis di dalam pasar adalah besarnya pasar, ruang lingkup pasar, struktur pasar, *share* pasar, serta peluang-peluang pasar. Mengenai besarnya pasar dapat di tentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan para konsumen. Sedangkan mengenai ruang lingkup pasar, biasanya mencakup luasnya pasar, misalnya luas pasar menurut geografis, profesi para konsumen, tingkat umur para konsumen, dan lain sebagainya. Struktur pasar adalah susunan suatu kekuatan yang terdapat pada penjual, maupun pada pihak pembeli sendiri. Di dalam analisis pasar selalu menyangkut masalah letak (lokasi) pasar, periklanan, luasnya pasar, sifat-sifat pasar, dan karakteristik pasar.

Dari hasil penelitian sebelumnya oleh Febrihada Gahas Candramukti (2012) diketahui bahwa pengaruh penetapan Pamekasan sebagai kota batik terhadap pengrajin batik Proppo yang tidak luput dari peran pemerintah dengan

tataran bawah masyarakat pengrajin batik Pamekasan. Pada tataran legislatif, pemerintah melakukan terobosan baru dengan menjadikan batik sebagai identitas kota Pamekasan pada 24 Juni 2009 lalu. Pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Bupati(Perbup) yang membahas mengenai pemakaian batik Pamekasan, surat edaran sepekan berbusana batik dan berbahasa Madura, pasar tradisional, galery batik Pamekasan, membuka sentra dan desa wisata batik.

Menemukan adanya ketekunan dari pengrajin batik terutama di daerah kecamatan Proppo. Menurut hasil wawancara dengan salah satu IKM Batik Pamekasan, Madura (Inayah) menyatakan bahwa *booming* batik yang terjadi pada 2009 kemudian membuat permintaan terhadap batik Pamekasan meningkat. Salah satu kecamatan di Pamekasan Madura yang mempunyai tradisi sebagai penghasil batik yaitu Proppo terkena dampak dari *trend* positif tersebut sejak dinobatkan sebagai sentra industri batik. Sumbangsih kecamatan Proppo terlihat misalnya dalam mensuplai industri batik di kabupaten Bangkalan, 90% batik Bangkalan berasal dari kecamatan Proppo.(wawancara dengan penjual batik Bangkalan, Madura. Desember (2015).

Tetapi sejak adanya peraturan pemerintah daerah kabupaten yang awalnya semua karyawan pemerintahan setiap hari Kamis dan Jumat wajib menggunakan seragam batik, sekarang digantikan dengan seragam baju putih maka yang terjadi adalah pemasaran batik menurun drastis. Sampai batik dengan harga yang paling murah Rp. 30.000 sulit untuk laku di pasaran. Hal ini sedikit banyak menyebabkan kondisi perekonomian IKM batik sedikit

terguncang. (wawancara dengan IKM pada acara Budaya Pengembangan Batik Pamekasan di Pendopo Pamekasan. Desember (2015)). Sementara hasil penelitian Purwati Ratna dan Fatmawati (2013) menemukan bahwa analisis R/C Ratio menunjukkan angka 1,37 industri batik Pamekasan Madura yang artinya batik Pamekasan sangat menguntungkan dan layak dikembangkan.

Dalam Kompas 12 Februari 2016 disebutkan bahwa penetapan batik Indonesia sebagai warisan tak benda oleh Organisasi Pendidikan, ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO) berhasil mendorong daerah-daerah pusat batik yang sebelumnya lesu kembali bergairah. Namun, tidak semua berhasil bangkit. Sentra-sentra batik yang mulai merosot pada 1980-an akibat merebaknya batik printing perlahan bangkit seiring penetapan batik Indonesia sebagai warisan tak benda. Adapun sentra-sentra batik besar yang hingga kini belum mampu bangkit disebabkan, antara lain, tidak adanya lagi perajin dan pebatik serta ketiadaan dukungan dari pemerintah daerah. Untuk membangkitkan sentra-sentra batik yang masih redup itu diperlukan dukungan berbagai pihak.

Dari beberapa hasil temuan yang telah didapatkan, dapat diketahui bahwa strategi pengembangan pemasaran IKM batik Pamekasan Madura meliputi riset dan analisis pasarnya, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi. Melalui strategi pengembangan pemasaran kemudian dapat ditetapkan pasar bagi produk-produk yang dihasilkan. Dari analisis pasar kemudian dapat ditetapkan strategi apakah yang tepat untuk pasar lokal atau pasar tradisional, pasar non tradisional atau pasar alternatif dan pasar ekspor.

Dengan pengelolaan yang baik dan profesional, tentunya akan berdampak positif bagi perekonomian di daerah, yaitu dengan semakin banyaknya usaha-usaha baru yang berdiri, tenaga kerja yang semakin mudah terserap, pendapatan asli daerah semakin bertambah, dan meningkatnya indeks perekonomian daerah. Mengingat Pamekasan sudah mencanangkan diri bahwa batik sebagai identitas kota tetapi kesejahteraan IKM batik itu sendiri perlu ditingkatkan untuk itu diperlukan sebuah perumusan strategi pengembangan pemasaran IKM batik Pamekasan, Madura. Dari beberapa paparan yang telah dijelaskan maka penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisa kegiatan pemasaran yang ada dan dapat ditingkatkan di Kabupaten Pamekasan sesuai dengan riset dan analisis pasar yang dilakukan, (2) menganalisa faktor lingkungan eksternal dan internal yang dihadapi oleh sentra IKM batik di desa Klampar, kecamatan Proppo kabupaten Pamekasan, dan (3) merumuskan strategi peningkatan pemasaran bagi IKM batik Pamekasan, Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini merumuskan masalah yang berkaitan dengan strategi pengembangan pemasaran produk yang tepat bagi IKM batik Pamekasan, Madura.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimanakah analisis situasi pemasaran produk IKM batik Pamekasan Madura?
2. Bagaimanakah strategi arahan pengembangan untuk meningkatkan pemasaran produk bagi IKM batik Pamekasan Madura?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat dalam penelitian Strategi Pengembangan Pemasaran Produk IKM Batik Pamekasan Madura Studi pada Sentra Batik Desa Klampar Kecamatan Proppo Pamekasan adalah sebagai berikut :

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian yang ada yaitu :

- a. Mengidentifikasi dan mengembangkan kegiatan pemasaran produk batik Pamekasan Madura untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.
- b. Mengeksplorasi, menganalisis dan memformulasikan strategi peningkatan pemasaran produk IKM batik Pamekasan Madura yang tepat untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.
- c. Memberikan rekomendasi kepada Pemerintah Daerah Pamekasan untuk meningkatkan pemasaran produk IKM batik ini agar menjadi komoditi industri yang maju yang nantinya dapat menunjang potensi Madura sebagai kawasan pariwisata.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan akan bermanfaat bagi IKM batik tulis Pamekasan Madura yang dijadikan objek penelitian, dan bagi Pemerintah Daerah Pamekasan serta bagi akademisi. Pemerintah Daerah Pamekasan yang dimaksud disini adalah Lurah desa Klampar dan Dekranasda Pamekasan.

a. Manfaat bagi IKM Batik Madura

Dapat mengembangkan pemasaran produk IKM batik Pamekasan Madura sebagai peningkatan ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup IKM.

b. Manfaat bagi Pemerintah Daerah Pamekasan

Menjadi masukan bagi Pemerintah Daerah Pamekasan untuk meningkatkan pemasaran produk IKM batik Pamekasan Madura untuk dijadikan komoditi industri yang dapat menunjang potensi Madura sebagai kawasan pariwisata.

c. Manfaat bagi Akademis

Memberikan pengetahuan mengenai pemasaran produk IKM batik Pamekasan Madura yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

