

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber daya alam yang melimpah menjadi kekayaan tersendiri bagi bangsa Indonesia. Karakteristik wilayah yang berbentuk kepulauan menjadikan bangsa Indonesia kaya akan budaya, adat istiadat dan bahasa. Keanekaragaman budaya bangsa selalu menuangkan nuansa asli pertumbuhan industri-industri kreatif didalamnya. Salah satu industri kreatif Indonesia yang sejak dulu ada dan masih terus bertahan dengan segala kekhasannya adalah industri kerajinan tradisional. Kerajinan tradisional bukanlah hal baru bagi masyarakat Indonesia. Setiap sudut kota dari Sabang hingga Marauke memiliki hasil-hasil pekerjaan tangan masyarakat yang mewakili kehidupan suku bangsa yang ada. Hasil pekerjaan tangan ini dikenal dengan kerajinan tradisional dan masih akrab dengan proses produksi sederhana, belum sepenuhnya menggunakan teknologi canggih. Industri kerajinan tradisional ini tidak lepas dari nilai-nilai budaya yang sudah ada sejak zaman nenek moyang dan mengandung arti yang sangat berharga serta di hormati sebagai suatu warisan budaya yang turun-temurun. Untuk itu sudah menjadi suatu keharusan agar selalu menjaga warisan tersebut. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk menjaga agar nilai budaya yang luhur tersebut tidak pudar bahkan menghilang dari kehidupan bangsa Indonesia yaitu salah satunya adalah dengan mencintai karya seni kerajinan tradisional tersebut.

Salah satu misi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia adalah melestarikan dan mengembangkan kebudayaan dan kebahasaan. Misi

tersebut di antaranya dijabarkan dengan cara, yang pertama meningkatkan apresiasi pada seni dan karya budaya Indonesia sebagai bentuk kecintaan pada produk-produk dalam negeri dan yang kedua yaitu melestarikan, mengembangkan, dan memanfaatkan warisan budaya sebagai gambaran jati diri bangsa serta memanfaatkan untuk kesejahteraan rakyat. Salah satu hal yang sedang terjadi saat ini pada industri kerajinan Indonesia dimana industri kerajinan sedang mengalami penurunan karena banyak konsumen yang meninggalkan produk lokal. Dilansir dari detikFinance, menurut Sekretaris Jenderal Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) bahwa industri kerajinan Indonesia mengalami penurunan dipasar global karena daya saing yang masih kalah dengan negara-negara lain sehingga ditinggalkan konsumen. Selanjutnya dilansir oleh CNN Indonesia, oleh karena adanya penurunan tersebut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menetapkan industri furnitur dan kerajinan sebagai salah satu sektor prioritas. Alasannya, furnitur dan kerajinan mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi, berdaya saing global, berorientasi ekspor, dan menyerap banyak tenaga kerja. Selain itu Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian Kemenperin mengungkapkan bahwa Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memproduksi furnitur dan kerajinan berpotensi untuk dikembangkan menjadi *market leader* dalam ekspor.

Dari hal tersebut tampak jelas bahwa keberadaan produk industri kerajinan dalam negeri dan warisan budaya sangat penting dalam konteks pembangunan nasional. Produk dalam negeri yang sekaligus juga merupakan warisan budaya yang terdapat di Indonesia begitu banyak dan beragam. Berbicara mengenai

industri kerajinan tentu saja sangat kental dengan identitas Kota Tasikmalaya. Banyak sekali produk-produk kerajinan yang dihasilkan di salah satu daerah di provinsi Jawa Barat ini. Dengan mengusung nilai budaya dan kearifan lokal Kota Tasikmalaya mampu membuktikan identitasnya sebagai pusat kerajinan serta berkembang pesat. Kota Tasikmalaya dapat berkontribusi sangat besar dalam mewujudkan Indonesia sebagai *market leader* dalam ekspor seperti yang disampaikan Kemenperin RI dengan potensi industri kerajinan yang ada di Kota Tasikmalaya. Oleh karena itu sangat penting membangun *brand identity* Kota Tasikmalaya sebagai Kota Kerajinan dan dengan adanya identitas merek tersebut maka pemilihan terhadap suatu merek akan semakin kuat (Adhitya, et al, 2018)

Membangun identitas Kota Tasikmalaya ini dapat didasari dengan membentuk perbedaan merek (*brand differentiation*) dengan segala kekhasan dan keunikan (Dinar Retno Sari dan Teguh Dirgahayu, 2018). Kekhasan dan keunikan ini dapat di peroleh dari nilai budaya (*value of culture*) yang dimiliki masyarakat Kota Tasikmalaya. Menurut Koentjaraningrat dalam Didin Syarifuddin (2017) nilai budaya terdiri dari konsepsi-konsepsi yang hidup dalam alam pikiran warga masyarakatnya mengenai hal-hal yang mereka anggap amat mulia. Sistem nilai pada suatu masyarakat dijadikan orientasi dan rujukan dalam bertindak. Oleh karena itu, nilai budaya yang dimiliki seseorang mempengaruhinya dalam menentukan alternatif, cara-cara, alat-alat, dan tujuan-tujuan pembuatan yang tersedia. Sumaatmadja dalam Didin Syarifuddin (2017) mengatakan bahwa pada perkembangan, pengembangan, penerapan budaya dalam kehidupan, berkembang pula nilai-nilai yang melekat di masyarakat yang mengatur keserasian,

keselarasan, serta keseimbangan. Nilai tersebut dikonsepsikan sebagai nilai budaya. Nilai ini akan dijadikan sebagai pedoman bagi seseorang di dalam bertingkah laku untuk mencapai tujuan tertentu. Jika dilihat dari nilai budayanya Kota Tasikmalaya sangat menjaga dan menghargai budaya luhur yang ada di buktikan dengan masih berlangsungnya setiap tahun perayaan ulang tahun Kota Tasikmalaya dengan mengadakan festival dimana pada festival tersebut terlihat sangat banyak produk-produk kerajinan yang di *display* untuk menghiasi festival tersebut. Selain itu membangun identitas Kota Tasikmalaya ini dapat juga dilakukan dengan suatu prinsip yaitu dengan prinsip *locally-global product* dimana prinsip ini bertujuan agar masyarakat mencintai produk lokal sehingga produk lokal tersebut memiliki daya saing di pasar global.

Kota Tasikmalaya ini juga memiliki daya tarik wisata budaya yang digambarkan melalui nilai-nilai budayanya seperti tempat-tempat yang mengandung sejarah dan budaya setempat yang masih sangat kental sehingga ketertarikan terhadap tempat/destinasi ini akan mendorong berkembangnya industri kerajinan di Kota Tasikmalaya dan mewujudkan identitas Kota Tasikmalaya sebagai Kota kerajinan (Tresna Wulandari, 2013). Daya tarik wisata ini dapat dilihat dari aspek tangible maupun intangible. Aspek tangible merupakan buah karya dari gagasan manusia yang bersifat kasat mata, sementara yang bersifat intangible, berupa adat istiadat, norma dan kebiasaan. Shaw dan William dalam Didin Syarifuddin (2017) menyatakan bahwa dalam kegiatan pariwisata terdapat sepuluh elemen budaya yang menjadi daya tarik wisata salah satunya adalah kerajinan. Di dalam pembahasan penelitian ini, di fokuskan pada elemen

budaya yaitu kerajinan dimana kerajinan merupakan industri yang berkembang di Kota Tasikmalaya. Berikut tabel 1.1 rincian komoditi industri kreatif Kota Tasikmalaya:

Tabel 1.1
Komoditi Industri Kreatif Kota Tasikmalaya Tahun 2016

No	Komoditi	Jumlah Usaha	Tenaga Kerja	Nilai Investasi	Nilai Produksi
1	Bordir	1.396	14.067	293.054.442.000	1.063.856.876.000
2	Makanan Olahan	553	4.940	447.554.960.000	937.347.078.000
3	Alas kaki (Kelom geulis, sendal, sepatu)	523	6.163	48.837.612.000	391.896.430.000
4	Kayu Olahan	212	1.444	125.224.699.000	66.585.245.000
5	Kerajinan Mendong	174	2.292	7.131.232.000	43.203.874.000
6	Kerajinan Anyaman Bambu	75	660	1.200.038.000	5.466.606.000
7	Batik	41	695	7.840.576.000	51.540.682.000
8	Payung Geulis	7	47	45.500.000	636.800.000

Sumber: Disperindag Kota Tasikmalaya, 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah industri yang terbilang sangat banyak sudah seharusnya dapat merepresentasikan kota Tasikmalaya sebagai kota Kerajinan. Namun pada kenyataannya masih belum menunjukkan identitas kota Tasikmalaya sebagai kota kerajinan. Selain itu, melihat jumlah industri kerajinan di Kota Tasikmalaya yang sangat banyak dan beraneka ragam maka dapat mendukung terwujudnya identitas Kota Tasikmalaya sebagai kota kerajinan di Indonesia bahkan dipasar global.

Selain berdasarkan keadaan atau fenomena yang ditemukan, penelitian ini juga didasarkan oleh penelitian Carmen Lopez dan Mark A. A.M.Leenders (2018) yang menyatakan bahwa penelitian tersebut hanya didasarkan pada informasi yang dikumpulkan dari sumber data sekunder sehingga menyarankan

untuk melakukan penelitian sejenis yang bersumber dari data primer. Oleh karena itu penelitian ini akan menjadi konfirmasi dari penelitian Carmen Lopez dan Mark A. A.M.Leenders (2018) dengan memasukkan variabel *value of culture*, prinsip *locally-global product* dan *brand differentiation* sebagai variabel anteseden dari *brand identity*.

Oleh karena itu, berdasarkan masalah yang ditemukan, perlu kiranya diteliti sejauh mana nilai budaya, prinsip *locally-global product* dapat membangun identitas Tasikmalaya sebagai kota kerajinan melalui perbedaan merek (*brand differentiation*) yang di bentuk. Oleh karenanya penulis tertarik menyusun skripsi dengan judul “**Membangun *Brand Identity* Kota Tasikmalaya Sebagai Kota Kerajinan Melalui *Brand Differentiation* Berdasarkan *Value of Culture* dan Prinsip *Locally-Global Product*”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah pokok yang dibahas dalam latar belakang penelitian, maka dapat diketahui bahwa permasalahan yang terjadi pada proses membangun identitas merek pada industri kerajinan kota Tasikmalaya masih belum optimal dimana dengan budaya yang masih kental dan memiliki potensi lokal yang mampu bersaing seharusnya dapat membentuk merek yang khas yang memiliki makna berbeda serta di dukung dengan jumlah industri kerajinan di kota Tasikmalaya yang tergolong sangat banyak maka sudah saatnya membangun identitas merek industri kerajinan kota Tasikmalaya sebagai pusat industri kerajinan baik di Indonesia maupun internasional. Secara umum identifikasi masalah penelitian ini yaitu bagaimana setiap industri kerajinan dapat

membangun *brand identity* dengan adanya *brand differentiation* berdasarkan *value of culture* dan prinsip *locally-global product*. Adapun identifikasi masalah secara khusus pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *value of culture*, prinsip *locally-global product*, *brand differentiation*, dan *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
2. Bagaiman pengaruh *value of culture* terhadap *brand differentiation* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
3. Bagaiman pengaruh prinsip *locally-global product* terhadap *brand differentiation* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
4. Bagaiman pengaruh *value of culture* terhadap *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
5. Bagaiman pengaruh prinsip *locally-global product* terhadap *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
6. Bagaiman pengaruh *brand differentiation* terhadap *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, agar penelitian ini dapat dilakukan lebih terfokus, terarah dan mendalam maka penulis memandang perlu adanya pembatasan pada variabel penelitian, yaitu hanya pada variabel *Value of Culture*, *Prinsip Locally-global Product*, *Brand Differentiation* yang mana variabel-variabel tersebut dianggap mampu membangun *Brand Identity* Kota Tasikmalaya sebagai kota kerajinan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui *value of culture*, prinsip *locally-global product*, *brand differentiation*, dan *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *value of culture* terhadap *brand differentiation* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari prinsip *locally-global product* terhadap *brand differentiation* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *value of culture* terhadap *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari prinsip *locally-global product* terhadap *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *brand differentiation* terhadap *brand identity* pada industri kerajinan kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan Pemasaran

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan tentang pemasaran dan memberikan kontribusi pada ilmu pemasaran khususnya dalam kajian mengenai

value of culture, prinsip *locally-global product*, *brand differentiation* dan *brand identity* pada industri kerajinan.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai strategi pemasaran perusahaan, yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan itu sendiri.

a) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ragam jenis pengetahuan dan dapat menjadi sumber informasi yang dapat menambah pembendaharaan perpustakaan, memberikan tambahan pengetahuan untuk mahasiswa/mahasiswi dengan konsentrasi yang sama dan menambah manfaat informasi yang lebih luas lagi dibidang akademik serta sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya, untuk lebih mengetahui mengenai pembentukan *brand differentiation* berdasarkan *value of culture* dan prinsip *locally-global product* untuk membangun *brand identity* dengan tujuan pembangunan kota bahkan mendukung pembangunan secara nasional, sebagai bahan perbandingan dengan bahan penelitian sejenis dalam hasil penelitian yang dihasilkan peneliti lain.

b) Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak praktisi untuk mengetahui pengaruh *Value of Culture* dan Prinsip *Locally-global Product*, sehingga

perusahaan/industri dapat menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen agar tercipta *Brand Differentiation* dan dapat membangun *Brand Identity*.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis melaksanakan penelitian pada Industri Kerajinan di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini direncanakan selama 6 bulan, dimulai pada bulan September 2018 sampai dengan bulan Januari 2019. (Terlampir).