

# **ANALISIS *RELATIONSHIP MARKETING* PADA BALAI BESAR KERAJINAN DAN BATIK YOGYAKARTA**

**Alfian Erdiyansyah**

## ***Abstrak***

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui *Relationship Marketing* pada Balai Besar Kerajinan dan Batik Yogyakarta. Dimensi *relationship marketing* yang digunakan dalam analisis ini adalah kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik. Untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat, UMKM dan IKM yang bergerak dibidang kerajinan dan batik, Balai Besar Kerajinan dan Batik melakukan penelitian dan pengembangan. Hasil penelitian dan pengembangan yang telah diterapkan di industri tahun 2016 adalah pemanfaatan tumbuhan gulma, pemanfaatan limbah kulit kakao, Pemanfaatan pembuatan *parafin wax substitute*. Selain kepercayaan, komitmen juga dibutuhkan agar terciptanya hubungan baik antar Balai Besar Kerajinan dan Batik dengan pelanggan. Bentuk-bentuk komitmen yaitu personal, moral, struktural. Personal ditunjukkan oleh keinginan seseorang untuk melanjutkan hubungan, contoh Pengembangan produk baru (jumptuan inovasi kombinasi batik) Aleyya Batik Kabupaten Gunung kidul dengan peneliti Suryawati Ristiani. Dalam moral *commitment*, pelanggan merasakan adanya kewajiban untuk melanjutkan hubungan dengan perusahaan. Aleyya Batik merasakan adanya kewajiban dengan Balai Besar Kerajinan dan Batik untuk bekerjasama dalam hal pengembangan *desain* sehingga didapatkan *desain* unik berciri khas Kabupaten Gunung Kidul. Struktural melibatkan persepsi bahwa tidak ada jalan yang mudah untuk keluar dari sebuah komitmen, contohnya pengembangan *desain*. Salah satu unsur paling mendasar dalam *relationship marketing* adalah komunikasi, Balai Besar Kerajinan dan Batik terus melakukan kegiatan pameran dan sosialisasi hasil penelitian dan pengembangan kerajinan dan batik di setiap tahunnya. Pameran yang diikuti dan diselenggarakan oleh Balai Besar Kerajinan dan Batik pada tahun 2016 antara lain, Pameran Hasil Riset dan Layanan Jasa Teknis Balai (Hasil Litbang Unggulan), Pameran Ulang Tahun Dekranas ke-36, Pameran Ritech Expo 2016, Pameran Jogja *Fashion Week*, Pameran Produksi Indonesia (PPI) 2016. *Desiminasi*/sosialisasi hasil Litbang Balai Besar Kerajinan dan Batik tahun 2016 digelar pada hari Rabu, 30 Desember 2016, acara tersebut dihadiri oleh 30 peserta yang terdiri dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Yogyakarta. Salah satu alasan pelanggan beralih ke penyedia jasa lain adalah ketidakpuasan terhadap penyelesaian masalah, yang dilakukan Balai Besar Kerajinan dan Batik dengan membuat kesepakatan awal mengenai kerjasama yang akan dilakukan. Apabila dalam kegiatan kerjasama mengalami perselisihan, maka terlebih dahulu dilakukan musyawarah, jika musyawarah tidak ditemukan kesepakatan penyelesaiannya adalah melalui pengadilan negeri. *Relationship marketing* berfokus pada pengembangan dan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Semua dimensi dalam *relationship marketing* merupakan suatu kesatuan yang saling berkaitan dan bertujuan untuk membina hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya.

***Kata Kunci:*** *Relationship Marketing* yaitu *Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Konflik*.