

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Industri tekstil adalah salah satu industri yang tumbuh berdasarkan dengan kebutuhan pokok setiap manusia. Salah satu industri tekstil unggulan di Indonesia adalah batik. Batik adalah proses mendekorasi segala sesuatu yang berhubungan dengan titik-titik tertentu pada kain mori.¹ Motif batik di Indonesia pada awalnya memiliki motif klasik dan penuh makna namun seiring perkembangan zaman batik memiliki corak dan motif yang beragam.

Batik di Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh UNESCO dinobatkan sebagai warisan budaya asli Indonesia sebagai warisan kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non-Bendawai (*Masterpiece of the Oral and Integible Heritage of Humanity*).² Ragam motif yang dihasilkan di Indonesia memiliki motif yang berbeda yang menampilkan ciri khas dari masing-masing daerah tempat batik berasal.

Salah satunya adalah batik Trenggalek. Batik Trenggalek mulai ada dari tahun 1970. Pada awal tahun 1970 batik di Trenggalek mulai mengalami perkembangan dari munculnya industri kerajinan batik tulis yang kemudian munculnya perkembangan motif, pewarnaan dalam produksi, bahkan hingga

¹ Ari Wulandari, 2011, *Batik Nusantara Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*, (Yogyakarta: Andi, 2011), hal. 4

² *Ibid.*, hal. 8

batik di Trenggalek mengalami kemunduran karena masuknya budaya barat yang menjadikan selera fashion masyarakat menjadi beralih ke kain polos sehingga daya tarik masyarakat menjadi menurun hingga mengalami krisis moneter pada tahun 1997 yang menyebabkan beberapa pengrajin batik di Trenggalek gulung tikar. Kemudian dinas pemerintah mengadakan diklat pelatihan membatik dari beberapa pengrajin batik yang ada di Kabupaten Trenggalek dan di tahun 2000 batik di Trenggalek mulai mengikuti pameran-pameran baik dalam kota Kabupaten Trenggalek sampai di luar wilayah Kabupaten Trenggalek sehingga batik di Kabupaten Trenggalek dapat kembali berkembang.³

Adapun salah satu industri batik yang terus berkembang dari tahun 1979 sampai sekarang adalah Batik Tulis Rahayu. Batik Tulis Rahayu adalah salah satu *home industry* Batik Tulis di Kabupaten Trenggalek yang didirikan oleh Bapak H Soekono sebagai pemilik sekaligus pemimpin perusahaan. Berikut gerai Batik Tulis Rahayu, adalah:

Tabel 1.1
Gerai Batik Tulis Rahayu Kabupaten Trenggalek

No.	Tempat	Alamat
1.	Griya Batik Tulis Rahayu	Jl. KH Ahmad Dahlan No. 22 Trenggalek
2.	Toko Rahayu	Jl. Dewi Sartika No. 19 Trenggalek

Sumber: Brosur Sentra Batik Tulis Rahayu

Dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa Batik Tulis Rahayu berada di Kabupaten Trenggalek di Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 22 Trenggalek dan di Toko

³ Ika Pratiwi, *Perkembangan Kerajinan Batik Tulis Di Trenggalek*, 2018, http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2018/14.1.01.02.0035.pdf, diakses pada 29 Oktober 2019, pukul 21.55 WIB

Rahayu” berada di JL Dewi Sartika No 19 Trenggalek. Selain itu, Sentra Batik Tulis Rahayu melakukan sistem dropship yang berada di tempat, sebagai berikut:

Tabel 1.2
Gerai dropship Batik Tulis Rahayu

No.	Tempat	Alamat
1.	Mirota Batik	Jl. Sulawesi No. 24 Surabaya
2.	Graha Wisata Pusat Batik Jawa Timur	Jl. Jend. A. Yani 288 Surabaya
3.	Gedung Pamer	Jl. Raya Juanda Surabaya
4.	UPT P3E Provinsi Jawa Timur	Jl. Kedungdoro 86-90 Surabaya

Sumber: Brosur Sentra Batik Tulis Rahayu

Berdasarkan tabel 1.3 dijelaskan bahwa Batik Tulis Rahayu juga tersedia di beberapa gerai di wilayah Surabaya di beberapa alamat yang berbeda.

Motif yang diambil di Sentra Batik Tulis Rahayu adalah motif bunga cengkeh dan cecek-cecek yang merupakan hasil kekayaan alam Kabupaten Trenggalek. Hasil yang diproduksi di Sentra Batik Tulis Rahayu berupa:

- 1) Kain batik dari ukuran 2 meter sampai 3 meter dari bahan sutera dan katun.
- 2) Kemeja, hem, blus, t-shirt dari bahan sutera, katun primissima, dan katun kaos.
- 3) Kain sewek batik klasik.
- 4) Sprei dan sarung katun.
- 5) Souvenir batik berupa dompet dan tas

Namun dengan demikian di beberapa tahun terakhir ini muncul semakin banyaknya persaingan antar sesama industri batik dengan menghasilkan beberapa macam jenis batik yang berbeda. Sehingga menyebabkan tidak

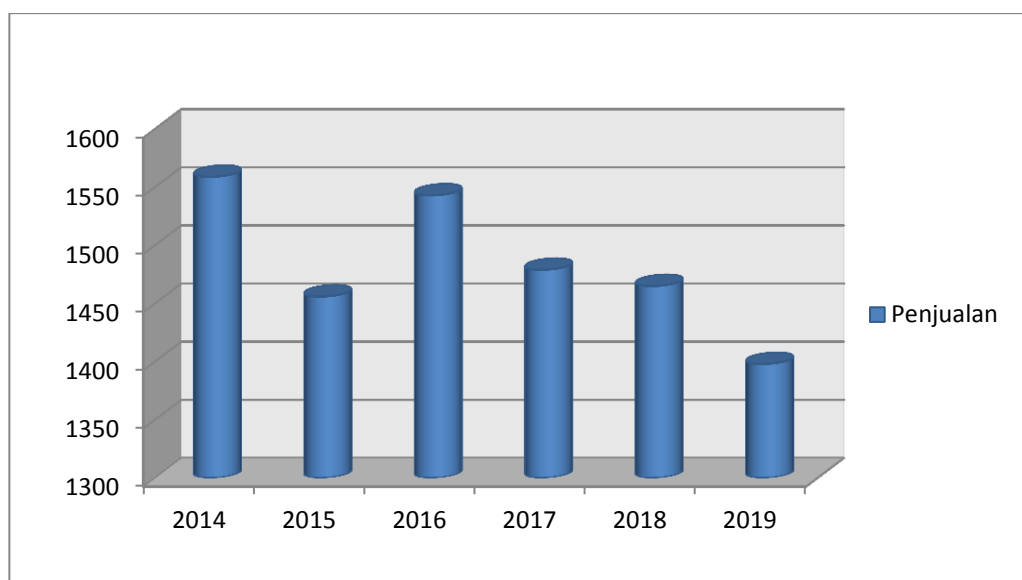
stabilnya jumlah penjualan di Sentra Batik Tulis Rahayu dalam 6 tahun terakhir. Berikut adalah data penjualan kain batik di Sentra Batik Tulis Rahayu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Data Penjualan Sentra Batik Tulis Rahayu

	Tahun	Terjual
1.	2014	1559 potong kain batik
2.	2015	1456 potong kain batik
3.	2016	1543 potong kain batik
4.	2017	1479 potong kain batik
5.	2018	1465 potong kain batik
6.	2019	1398 potong kain batik

Sumber: Hasil wawancara kepada Bapak H Soekono (pemilik Batik Tulis Rahayu)

Bagan 1.1
Data Penjualan Sentra Batik Tulis Rahayu



Sumber: Hasil wawancara kepada Bapak H Soekono (pemilik Batik Tulis Rahayu)

Berdasarkan pada tabel 1.3 dan bagan 1.1 diatas dapat diketahui bahwa penjualan batik di Sentra Batik Tulis Rahayu tidak stabil. Pada 2015 terjual

kain sebanyak 1456 potong yang mengalami penurunan dibandingkan pada bulan sebelumnya tahun 2014 yang mencapai 1559 potong kain batik yang mampu terjual. Di tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan penjualan dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu sebanyak 1543 potong kain yang mampu terjual, sedangkan di tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 1479 potong kain batik dan di tahun 2018 sebanyak 1465 potong kain. Sedangkan pada tahun 2019 penjualan kain batik juga mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu mencapai 1398 potong kain batik yang mampu terjual. Adapun penyebab tidak stabilnya penjualan di Sentra Batik Tulis Rahayu yaitu masalah produksi dan pemasaran serta banyaknya persaingan yang menyebabkan batik menjadi sulit untuk berkembang.

Hal ini disebabkan karena beberapa faktor diantaranya, dari segi produksi. Produksi adalah suatu proses menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk dapat melakukan produksi, memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi (*factors of production*).⁴ Dimana dalam sebuah produksi hal yang perlu diperhatikan adalah dari segi faktor produksi karena merupakan salah satu faktor utama penunjang proses produksi agar dapat berjalan dengan maksimal.

⁴ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), hal. 193

Berdasarkan dari uraian diatas adapun permasalahan yang terdapat di Sentra Batik Tulis Rahayu adalah dari segi produksi dimana Sentra Batik Tulis Rahayu belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pasar hal ini disebabkan karena kurangnya pembatik dikalangan anak muda dimana para karyawan yang bekerja secara sambian dan didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga karena pada dasarnya proses dalam membatik memiliki nilai kerumitan tersendiri sehingga membutuhkan *skill*, kreativitas, dan ketelatenan yang tinggi dalam membatik agar dapat menghasilkan produk batik yang maksimal dan mampu diujarkan pada bangsa pasar.

Selain itu disebabkan dari segi pemasaran, pemasaran mempengaruhi kompetisi bisnis diantara industri yang satu dengan lainnya yang dapat dilihat dari tingkat persaingan antar perusahaan maupun teknik pemasaran yang digunakan. Strategi pemasaran memberi peranan penting dalam memenangkan persaingan untuk mempertahankan produk yang dihasilkan. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memenangkan persaingan tergantung dari usaha perusahaan dalam strategi pemasaran yang digunakan.⁵ Namun persaingan dalam sebuah industri bukan merupakan hal baru dalam sebuah usaha.

Adapun permasalahan yang dialami Sentra Batik Tulis Rahayu dari segi pemasaran disebabkan karena pemasaran yang masih belum maksimal hal ini dikarenakan banyaknya persaingan antar sesama industri batik dengan memproduksi jenis kain batik yang beragam. Berikut ini adalah beberapa data pengrajin batik yang ada di Kabupaten Trenggalek, adalah sebagai berikut:

⁵ Fandy Tjipto, *Pemasaran Strategik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 27

Tabel 1.4
Data pengrajin Batik di Kabupaten Trenggalek

No.	Pengrajin Batik	Alamat
1.	Batik Sekarwangi	Desa Sumberingin, Kecamatan Karang, Kabupaten Trenggalek.
2.	Batik Tulis Rahayu	Jl. KH Ahmad Dahlan No. 22 Kabupaten Trenggalek
3.	Batik Setiya Jaya	Jl. Ngentrong-Prambon, Dusun Jampi RT 06/RW 01 Desa Ngentrong, Kecamatan Karang, Kabupaten Trenggalek
4.	Batik Alya	Jl. Dr Sutomo, Dobangsan Ngantru Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek
5.	Batik Tiepoek	Ngentrong, Kecamatan Karang, Kabupaten Trenggalek
6.	Batik Rara	Bendoagung, Kacamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek

Sumber: Batik Khas Trenggalek⁶

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa banyaknya pengrajin batik yang ada di Kabupaten Trenggalek. Dari sekian banyak pengrajin batik di Kabupaten Trenggalek memiliki strategi tersendiri untuk menarik minat konsumen dan produk yang dihasilkan pengrajin batik di Kabupaten Trenggalek tidak hanya batik tulis melainkan juga batik cap, sehingga berbeda dengan produk yang dihasilkan di Sentra Batik Tulis Rahayu. Sedangkan dari segi harga tidak jauh berbeda dengan harga yang ditawarkan di Sentra Batik Tulis Rahayu

Dari adanya permasalahan tersebut tidak menjadikan produsen menjadi pesimis dalam berusaha melainkan dapat dijadikan sebagai dorongan mengenai produk yang dihasilkan dengan cara mengetahui faktor internal dan eksternal yang dimiliki perusahaan tersebut. Sehingga dapat memanfaatkan kekuatan

⁶ <https://mastrigus.com/2017/11/batik-khas-trenggalek.html>, diakses pada 29 Oktober 2019, pukul 21.35 WIB

untuk memaksimalkan peluang yang dan meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman yang terjadi dalam sebuah perusahaan. Sehingga dapat menghasilkan solusi dengan cara mngembangkan dan memfariasikan produk batik serta memberikan motif-motif baru pada setiap pembuatan yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen untuk menghapi persaingan yang ada.

Berdasarkan paparan permasalahan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti menganalisis strategi produksi dan pemasaran yang dilakukan Sentra Batik Tulis Rahayu dalam menghadapi persaingan bisnis yang dianalisis berdasarkan analisis SWOT. Dengan mengambil judul “Analisis strategi produksi dan pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis berdasarkan analisis SWOT di Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka fokus penelitian dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi produksi yang diterapkan oleh Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis ?
3. Bagaimana pendekatan analisis SWOT terhadap strategi produksi dan pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi produksi yang diterapkan oleh Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis.
2. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis.
3. Untuk mendeskripsikan pendekatan analisis SWOT terhadap strategi produksi dan pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Dalam prespektif teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah dalam ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang bidang pendidikan dan ekonomi.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan masukan dan informasi yang digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya.

b. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi masyarakat mengenai analisis produksi dan pemasaran batik.

c. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, memperluas wawasan, pengalaman, dan kemampuan penulis dalam mengaplikasikan teori yang telah diperoleh di jenjang perkuliahan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk menambah kontribusi pada ilmu pengetahuan yang digunakan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian yang sejenis.

e. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat membantu menambah perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung sebagai referensi keilmuan dalam kajian produksi dan pemasaran.

E. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. Strategi Produksi

Strategi adalah suatu rencana kegiatan menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, hal tersebut dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan ataupun orang luar perusahaan, tetapi taktik perusahaan untuk melaksanakan strategi dalam mencapai tujuan harus dirahasiakan dan tidak semua orang dapat mengetahuinya.⁷

Produksi adalah suatu proses dimana barang dan jasa yang disebut input yang diubah menjadi barang-barang dan jasa-jasa yang disebut output. Produksi pada dasarnya merupakan proses penciptaan atau penambahan faedah bentuk, waktu, dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat lebih bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia.⁸

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.⁹

⁷ Iban Sofyan, *Manajemen Strategi Teknik Penyusunan Serta Penerapannya Untuk Pemerintah dan Usaha*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hal. 3

⁸ Boediono, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2006), hal. 63

⁹ Fandy Tjipto, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), hal. 168

c. Persaingan bisnis

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.¹⁰

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).¹¹

2. Secara Operasional

a. Strategi Produksi

Strategi adalah cara, proses, ataupun penyusunan strategi yang dimiliki oleh perusahaan sendiri secara efektif dan efisien yang didalamnya sudah terdapat perencanaan yang matang dan setiap taktik yang dilakukan perusahaan bersifat rahasia dengan tujuan untuk menjadi lebih baik dan unggul dari pada pesaing. Produksi adalah sebuah proses kegiatan pembuatan suatu barang dari awal (input) hingga akhir menjadi (output) untuk menciptakan suatu bentuk yang sesuai dan layak diperjual belikan

¹⁰ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 27

¹¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 19

sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memperoleh laba yang maksimal.

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, runtut, dan sistematis dalam bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran yang diinginkan oleh perusahaan.

c. Persaingan bisnis

Persaingan bisnis adalah sebuah tindakan pelaku bisnis yang berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan cara menawarkan harga yang lebih terjangkau namun tetap memperhatikan kualitas barang yang baik untuk diperjual belikan.

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang membahas mengenai faktor-faktor kekuatan, peluang yang dapat meminimalkan adanya kelemahan dan ancaman dalam sebuah perusahaan.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam karya ilmiah adanya sistematika pembahasan adalah bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengenai urutan sistematika dari karya ilmiah tersebut.

Dalam sistematika penulisan skripsi disusun dengan enam bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub atau bagian. Bagian awal terdiri dari: halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, lembar pernyataan keaslian tulisan, motto, halaman persembahan, prakata, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian inti terdiri dari:

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari: A). konteks penelitian, B). fokus penelitian, C). tujuan penelitian, D). kegunaan penelitian, E). penegasan istilah, F). sistematika penelitian.

BAB II Kajian Pustaka, yang terdiri dari: A). Strategi Produksi terdiri dari: pengertian strategi, manfaat strategi, tahap manajemen strategi, pengertian produksi, fungsi produksi, faktor-faktor produksi, dan jenis-jenis produksi, B). Strategi Pemasaran terdiri dari: pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, jenis pemasaran, pengertian strategi pemasaran, dan bauran pemasaran, C). Persaingan bisnis, terdiri dari: pengertian persaingan bisnis dan faktor pendorong persaingan, D). Batik, terdiri dari: pengertian batik dan sejarah batik, E). analisis SWOT, terdiri dari: pengertian analisis SWOT, tujuan analisis SWOT, dan tahap perencanaan strategi, F). Penelitian terdahulu, G). Kerangka berfikir

BAB III Metode Penelitian, yang terdiri dari: A). pendekatan dan jenis penelitian, B). lokasi penelitian dan subjek penelitian, C). kehadiran peneliti, D). sumber data, E). variabel penelitian, F). teknik pengumpulan data, G).

teknik analisis data, H). pengecekan keabsahan temuan, I). tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, yang terdiri dari: paparan data, temuan penelitian, analisis data.

BAB V Pembahasan, yang berisi tentang analisis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

BAB VI Penutup, bab ini merupakan bab terakhir dalam skripsi yang terdiri dari: kesimpulan, dan saran.

Pada bagian akhir yang terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.