

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Situasi lingkungan persaingan bisnis yang penuh dinamika ini, manajemen dituntut untuk menciptakan perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, karyawan, penanam modal, pemasok, penyalur, maupun pesaing. Pada saat bersamaan perusahaan harus dapat bersaing secara efektif baik dalam tingkat regional bahkan dalam konteks global.¹

Oleh sebab itu penting sekali bagi perusahaan untuk dapat menentukan strategi dan langkah-langkah apa saja yang harus ditempuh guna mempertahankan, dan mengembangkan usahanya. Dalam hal ini pihak manajemen berperan penting dalam memilih dan menetapkan strategi yang cocok untuk perusahaan.

Strategi bisnis pada umumnya dirancang untuk meletakkan bisnis pada suatu posisi yang diinginkan dalam suatu industri tertentu, sehingga pada jangka waktu tertentu dapat menghasilkan tingkat keuntungan yang tinggi dan pengembalian dari investasi yang ditanamkan. Untuk mencapai posisi lain, perusahaan harus mengimplementasikan strategi bisnis yang membangun dan mempertahankan keunggulan yang berkelanjutan melebihi pesaingnya.²

Dengan berkembangnya konteks persaingan, dunia usaha dituntut untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang dapat mengimplementasikan strategi yang dapat mengantisipasi terhadap kecenderungan baru untuk mencapai dan mempertahankan posisi bersaing maupun keunggulan kompetitifnya.³

Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan

¹ Muhammad Husni Mubarak, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, Idea Press, Yogyakarta, 2009, hal. 1.

² *Ibid.*, hal. 86.

³ *Ibid.*, hal. 1.

mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha sangatlah sulit. Banyak hambatan-hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang ahli atau terampil, kinerja keuangan usaha yang buruk, dan sebagainya. Tetapi hambatan-hambatan itu semua dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Pengembangan usaha tersebut merupakan bagian dari *marketing plan* oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat *marketing plan* terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya.⁴

Di kabupaten Kudus ini memiliki banyak potensi usaha kecil menengah yang perlu untuk terus dikembangkan agar mempunyai daya saing terhadap daerah lain. Salah satunya adalah usaha yang bergerak dibidang batik khas kudus, yang mana batik ini merupakan warisan budaya dari nenek moyang sejak zaman dahulu. Batik ini terlukis sebagai karya seni yang mempunyai filosofi terhadap makna kehidupan.

Sebagai obyek penelitian di sini adalah Alfa Shoofa Batik Kudus, yang bergerak di bidang pembuatan produk batik Kudus. Meski bukan berasal dari daerah penghasil batik yang terkenal, Alfa Shoofa Batik Kudus merupakan salah satu tempat usaha yang memproduksi batik dengan ciri khas sendiri. Ciri khas batik Kudus produk Alfa Shoofa Batik Kudus ini terlihat dari motif-motif yang terinspirasi dari budaya, sejarah juga kuliner kota Kudus, dari segi warna, batik Kudus juga identik dengan warna-warna sogan dengan corak tombak, kawung atau parang tetapi juga dihiasi dengan buketan dengan imbuhan pinggir lebar, taburan *kembang*, kupu-kupu, burung dengan warna cerah.

Namun, terlepas dari segala keunikan tersebut dalam perkembangannya batik Kudus masih kurang dikenal dibandingkan batik-batik lain seperti batik Jogja, Solo, Pekalongan, Madura, Lasem, dan lain-lain. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan peneliti ternyata sampai saat ini perputaran

⁴ <http://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/>, diakses tanggal 1 Juni 2015.

produksi batik Kudus di Alfa Shoofa Batik Kudus ini cukup lambat, karena batik yang dihasilkan hanya diminati oleh konsumen eksklusif atau dari kalangan tertentu saja dan belum dapat menarik minat konsumen secara luas dari semua kalangan baik dilihat dari segi ekonomi maupun usia konsumen, karena untuk rata-rata harga batik tulis Kudus terbilang cukup mahal bila dibandingkan dengan batik tulis di kota lain seperti batik Lasem, batik Pekalongan dan lainnya. Hal ini disebabkan oleh batik Kudus yang masih menjadi barang langka di kota Kudus.

Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha batik khas Kudus terkesan masih jalan di tempat. Permasalahan yang sedang dihadapi usaha dalam bidang batik Kudus ini adalah masalah keterbatasan tenaga kerja, juga masalah pemasaran karena kurangnya promosi baik dari pelaku usaha sendiri maupun peran serta pemerintah setempat yang disinyalir menjadi penyebab batik Kudus kurang dikenal secara luas dan belum bisa berkembang dengan baik, bahkan masyarakat Kudus sendiri pun banyak yang belum mengetahui keberadaan batik Kudus.

Dalam penelitian terdahulu, yaitu penelitian Weni Novandari, *Pemetaan Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan Value Chain*, menunjukkan rendahnya daya saing indtri batik di kabupaten Purbalingga yang disebabkan oleh berbagai kendala yang dihadapi, sebagaimana kondisi usaha batik Kudus di Alfa Shoofa Batik Kudus ini . Mulai dari sumber daya manusia yang kurang memadai, minimnya ketersediaan peralatan penunjang, juga minimnya pemasaran. Karena itu pengembangan usahanya dilakukan dengan penerapan kompetensi inti yang dimiliki oleh industri batik di Purbalingga ini. Selain itu dalam penelitian Arief Murtdlo, *Upaya Pengembangan Usaha Pengrajin Batik Malangan (Studi Kasus di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malangan)*, menunjukkan bahwa dalam pengembangan suatu usaha tidak terlepas dari pemanfaatan modal baik fisik, keuangan, manusia, maupun modal sosial. Beberapa upayanya yaitu dengan perluasan daerah pemasaran, melakukan promosi yang tepat, dan melakukan strategi pengembangan pasar.

Berdasarkan uraian di atas, maka usaha batik Kudus perlu menerapkan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk dapat menghadapi persaingan dan lebih dikenal oleh masyarakat luas, yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan penggunaan analisis SWOT ini maka dapat diketahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari usaha batik Kudus ini, sehingga pada akhirnya akan dihasilkan beberapa alternatif strategi yang juga mencakup usaha pengembangan produk, pengembangan pasar, juga pengembangan sumber daya manusianya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **”Strategi Pengembangan Usaha Batik Kudus (Studi Analisis SWOT Usaha Batik Kudus di Alfa Shoofa Batik Kudus)”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan beberapa istilah digunakan dalam judul ini, maka penulis perlu menjelaskan masing-masing istilah tersebut. istilah yang dimaksud adalah:

1. Strategi

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁵ Dalam penelitian ini, istilah strategi diartikan secara operasional sebagai program aksi.

2. Pengembangan

Pengembangan adalah perihal berkembang, sedangkan berkembang berarti:

- a. Menjadi besar (luas, banyak, dan sebagainya).
- b. Menjadi bertambah sempurna (pribadi, pikiran, pengetahuan, dan sebagainya).⁶

⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1995, hal. 964.

⁶ *Ibid.*, hal. 473.

3. Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan atau perbuatan, pramarsa, dan lain-lain.⁷

4. Batik Kudus

Batik adalah hasil karya seni berupa tulisan atau bentuk gambar yang cara pembuatannya menggunakan bahan lilin (malam = *wax*) sebagai perintang warnanya di atas kain putih atau media lainnya.⁸

Batik Kudus adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia, umumnya Jawa dan khususnya daerah Kudus dan sekitarnya.⁹

5. Analisis SWOT

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya).¹⁰

Analisis SWOT adalah penilaian/ *assessment* terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman.¹¹

6. Alfa Shoofa Batik Kudus

Alfa Shoofa Batik Kudus adalah sebuah rumah produksi batik tulis maupun batik cap yang melestarikan tradisi dan budaya kota Kudus melalui seni batik.

C. Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini bertujuan memberikan batasan yang paling jelas dari pembahasan-pembahasan yang ada untuk memudahkan fokus dalam penelitian. Berdasarkan identifikasi dari latar belakang penelitian maka penulis

⁷ *Ibid.*, hal. 1112.

⁸ Ami Wahyu, *Chic in Batik*, Erlangga, Jakarta, 2012, hal. 4.

⁹ <http://batikhaskudus.blogspot.com/>, diakses tanggal 2 Juni 2015

¹⁰ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Op. Cit.*, hal. 37.

¹¹ Tedjo Tripomo dan Udan, *Manajemen Strategi*, Rekayasa Sains, Bandung, 2005, hal. 118.

memberikan batasan yaitu strategi pengembangan usaha batik Kudus dilihat dari sumber daya manusia, produk, dan pemasaran, serta analisis SWOT usaha batik Kudus.

D. Rumusan Masalah

1. Strategi apa sajakah yang diterapkan oleh Alfa Shoofa Batik Kudus dalam mengembangkan sumber daya manusia?
2. Strategi apa sajakah yang digunakan oleh Alfa Shoofa Batik Kudus dalam mengembangkan produk?
3. Strategi apa saja yang digunakan oleh Alfa Shoofa Batik Kudus dalam pemasaran?
4. Bagaimana analisis SWOT usaha batik Kudus di Alfa Shoofa Batik Kudus?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan di Alfa Shoofa Batik Kudus.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang digunakan oleh Alfa Shoofa Batik Kudus.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Alfa Shoofa Batik Kudus.
4. Untuk mengetahui analisis SWOT usaha batik Kudus di Alfa Shoofa Batik Kudus.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan manajemen, khususnya manajemen bisnis syariah mengenai manajemen strategi pengembangan usaha.
 - b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan usaha melalui analisis strategi pengembangan dengan pendekatan SWOT.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh tempat usaha Alfa Shoofa Batik Kudus dalam menganalisis strategi pengembangan usahanya.
- b. Bagi penulis lain yang sejenis, dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika yang dimaksud disini adalah penempatan unsur-unsur permasalahan dan urutannya di dalam skripsi sehingga membentuk satu kesatuan karangan ilmiah yang tersusun rapi dan logis.

Sistematika ini digunakan sebagai gambaran yang akan menjadi pembahasan dan penelitian sehingga dapat memudahkan bagi pembaca. Maka dapat disusun sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, halaman tabel, dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian di antaranya tentang strategi dan manajemen strategi, pengembangan usaha di dalamnya termasuk strategi pengembangan sumber daya manusia, strategi pengembangan produk, dan strategi pemasaran, analisis SWOT, batik, Serta

penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang berkaitan dengan judul.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, instrumen penelitian, sumber data, subyek dan obyek penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, data hasil penelitian, dan analisis dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.

Demikian sistematika penulisan skripsi yang penulis ajukan dengan harapan dapat terhindar dari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam penyusunan sub bab yang tertera dalam skripsi ini.