

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam penggerak perekonomian adalah pembangunan dan pertumbuhan UMKM. UMKM merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan masyarakat dengan memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial disuatu daerah. Besarnya peluang UMKM dalam menggerakkan perekonomian masyarakat serta menjadi tumpuan sebagian besar sumber pendapatan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya menjadi salah satu fakta bahwa UMKM memiliki banyak kontribusi dalam perekonomian nasional.¹

Banyaknya jumlah penduduk di Indonesia menjadikan perusahaan-perusahaan memiliki potensi besar untuk memasarkan berbagai macam produk mereka, baik perusahaan domestic maupun perusahaan asing. Hal ini dapat menciptakan sebuah kompetisi dalam pembuatan suatu produk dan pembangunan suatu bisnis yang diharapkan dapat menarik peminat calon konsumen. Tujuan dari UMKM sendiri sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasal 3 bahwa “Usaha Mikro Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan”.²

UMKM dapat meningkatkan fundamental perekonomian karena hampir di setiap sektor kegiatan perekonomian negara mayoritas dilakukan oleh unit-unit ekonomi berskala UMKM. Bisnis yang dimulai sebagai usaha berukuran UMKM biasanya memiliki ketahanan yang lebih besar daripada bisnis yang didirikan secara langsung dalam skala besar karena alasan lain yang sama pentingnya. Sehingga salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pertumbuhan UMKM.³

Selain menciptakan ide-ide kreatif juga diperlukan strategi yang tepat untuk mengantisipasi ancaman dari perusahaan pesaing.

¹ Ariani Dan Mohamad Nur Utomo, “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan”, *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, Vol.13 No.2, (2017), 100.

² PERPU BUMN RI, “20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM),” (04 Juli 2008)

³ M Azrul Tanjung, *Koperasi Dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 9.

Menjaga kepercayaan konsumen menjadi salah satu strategi yang banyak dilakukan pelaku usaha saat ini untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Perusahaan juga harus menyesuaikan diri di tengah perubahan sehingga dapat melakukan pemasaran yang lebih efektif dan efisien.⁴

Untuk menghadapi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, seorang pengusaha tidak hanya dituntut mampu untuk mengatur segala jenis kegiatan lingkungan internal perusahaan saja. Mengatur lingkungan eksternal perusahaan juga dibutuhkan, baik yang dekat (*immediate*) maupun yang jauh (*remote*) untuk menciptakan daya saing yang kuat untuk perusahaan dan pihak-pihak yang bersangkutan terhadap perusahaan tersebut.⁵

Salah satu penerapan dalam strategi bersaing untuk meningkatkan daya saing adalah pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, untuk menciptakan kinerja perusahaan supaya sesuai dengan yang diharapkan dan dapat menghasilkan nilai adalah menyesuaikan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan dengan strategi yang tepat. UMKM berdaya saing tinggi memiliki kemampuan sumber daya manusia yang baik, penguasaan pengetahuan tingkat tinggi, dan penguasaan ekonomi.⁶

Untuk mempertahankan sebuah perusahaan dan organisasi dalam bidang industri dan mencapai tujuan yang diinginkan diperlukan adanya pengembangan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan sedikitnya perusahaan lain dapat melakukan tindakan yang sama. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan diharapkan dapat menggabungkan strategi dan berbagai sumber daya yang dimiliki.⁷

Lingkungan perusahaan sendiri setiap harinya mengalami perubahan, sehingga perusahaan tidak dapat mengatur perubahan

⁴ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista, I-Economic*, Vol.3. No 1, Juni 2017, 75.

⁵ Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 2.

⁶ Ariani Dan Mohamad Nur Utomo, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan", *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, 101.

⁷ Mimin Nur Aisyah, "Peran Strategi, Sumber Daya Serta Perubahan Teknologi Dan Lingkungan Terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif Yang Berkesinambungan", *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Volume 4 Nomor 1, (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, April 2007), 1.

lingkungan tersebut. Perusahaan hanya dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang sudah terjadi, sehingga perubahan lingkungan seringkali menjadi ancaman bagi bisnis yang tidak mampu beradaptasi. Strategi yang dirancang sesuai dengan kondisi organisasi dan lingkungannya saat ini memungkinkan organisasi untuk beradaptasi.⁸

Analisis lingkungan sangat diperlukan untuk mengetahui suasana lingkungan, baik lingkungan sekarang maupun perubahan suasana yang akan datang untuk memperkuat perusahaan dalam menghadapi lingkungan yang berubah-ubah.⁹ Sebuah perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan kompetitif apabila memiliki ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh pesaing, melakukan suatu hal yang lebih baik dari perusahaan lainnya, dan yang terakhir dapat melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan yang lain.¹⁰

Kabupaten Pati memiliki batik yang terdapat pada Desa Bakarang Wetan dan desa Bakaran Kulon. Perkembangan Batik Bakaran mengalami pasang surut. Batik Bakaran memang tidak setenar Batik Lasem, Batik Yogyakarta, Solo dan Pekalongan, hal ini disebabkan pada saat itu letak demografis Desa Bakaran yang masih terisolir sehingga tidak banyak orang yang tau. Industri Batik Bakaran menurun pada tahun 1960-an karena semakin sedikit orang yang tertarik dengan batik. Pada tahun 1983 Batik Bakaran mulai mendapat binaan dari Disperindag Kabupaten Pati untuk mengembangkan batik melalui pelatihan kilat. Tujuannya untuk meningkatkan kualitas Batik Bakaran untuk menarik konsumen.¹¹

Tabel 1.1 Daftar Pengrajin Batik Bakaran

No	Nama Usaha	Jumlah Karyawan	Skala Usaha
1.	Tjokro Yuwono Batik	40 Orang	Menengah
2.	Batik Wates	20 Orang	Menengah
3.	Sekar Arum	29 Orang	Menengah
4.	Sekar Melati	5 Orang	Kecil
5.	Batik Ambaran	12 Orang	Kecil
6.	IKM Batik Tulis Dewi	10 Orang	Kecil

⁸ Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*, 23.

⁹ Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*, 22.

¹⁰ Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*, 11.

¹¹ Usisa Rohmah, Ardli Johan Kusuma, Fachry Rohilie, "Upaya Pemerintahan Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif", *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 2, No. 2, 2017, 124.

	Batik		
7.	IKM Batik Tulis Ninuk Nardi	12 Orang	Kecil
8.	Abbida Collection Dan Batik	15 Orang	Kecil
9.	Adisa Batik	15 Orang	Kecil

Sumber: Data diolah, 2022

Sebagian besar profesi yang banyak digeluti penduduk Desa Bakaran Wetan adalah sebagai pengrajin batik. Hal ini tidak jauh dari sejarah Desa Bakaran itu sendiri. Desa Bakaran memiliki batik khas tersendiri yang mana disebut sebagai batik bakaran. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 185 jiwa yang menjadi karyawan batik dengan 9 pengrajin Batik Tulis Juwana.¹²

Tabel 1.2

Data jumlah penjualan UMKM Batik Tulis Bakaran Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah
1.	April	75 pcs
2.	Mei	70 pcs
3.	Juni	81 pcs
4.	Juli (per tanggal 13)	31 pcs

Sumber: Museum Batik Sudewi Desa Bakaran Wetan

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa penjualan produk batik tulis bakaran mengalami naik turun. Diawali pada bulan Mei pada tahun 2023 menjual sebanyak 70 pcs, padahal pada bulan April Museum Batik Sudewi Desa Bakaran Wetan mampu menjual produknya sebanyak 75 pcs, dan meningkat lagi pada bulan Juni dapat terjual sebanyak 81 pcs. Penjualan dicatat mulai tahun 2023 bulan april karena sistem manajemennya belum terorganisir dengan baik. Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa penjualan batik tulis bakaran kurang maksimal dan tidak konsisten. Maka dari itu diperlukan strategi lebih lanjut supaya penjualan dapat konsisten dan dapat bersaing secara kompetitif dengan produk sejenisnya.¹³

Dari masalah tersebut maka yang melatarbelakangi dalam penelitian ini antara penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tahwin dan A. Aviv Mahmudi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebuah strategi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan nilai jual pasar dan daya saing antar pengrajin batik tulis. Dengan menerapkan rumusan SWOT dan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan

¹² Data diolah tahun 2022

¹³ Data penjualan Museum Batik Sudewi Desa Bakaran Wetan tahun 2023 perbulan April-Juli per tanggal 13.

peluang yang ada, serta menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu dibutuhkan penerapan manajemen strategi untuk mengembangkan produktivitas, meningkatkan nilai jual pasar, serta meningkatkan daya saing antar pengrajin batik tulis melalui peluang dan kekuatan yang ada.¹⁴ Sementara dalam jurnal Ariani dan Mohamad Nur Utomo, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan adalah strategi pertumbuhan dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan kekuatan dengan mempertahankan kualitas bahan baku, legalitas ijin produ yang masuk kualifikasi, harga yang bersaing, dan tetap meningkatkan peningkatan SDM.¹⁵ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Novi Marlana dan Renny Dwijayanti, bahwa dalam penelitiannya adalah dengan lebih gencar dalam mempromosikan produknya supaya semakin melekat di masyarakat dan secara otomatis dapat mempertahankan posisi UKM sebagai pemimpin dalam usaha sejenis.¹⁶

Berdasarkan dari berbagai penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini peneliti mengangkat tema yang berkaitan dengan pengembangan strategi yang dihubungkan dengan meningkatkan daya saing bagi pelaku UMKM. Peneliti mengaitkan banyaknya pelaku UMKM mengalami persaingan yang kompetitif apalagi dalam usaha dibidang yang sama. Banyaknya usaha yang sama, manajemen yang kurang terorganisir maupun dalam memasarkan produk, maka UMKM dituntut untuk memperbaiki strategi pengembangan daya saing supaya dapat mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM terlebih pada UMKM Batik Tulis Bakaran.¹⁷

Dengan demikian, hal yang membedakan penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama penelitian ini menggunakan lokasi penelitian di kecamatan Juwana Kabupaten Pati. Obyek penelitian ini belum pernah digunakan dalam penelitian dengan tema Strategi Pengembangan

¹⁴ Muhammad Tahwin dan A. Aviv Mahmudi, "Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis SWOT", *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol. 9, No. 2, 2014, 57-70.

¹⁵ Ariani dan Mohamad Nur Utomo, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan", *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, 107.

¹⁶ Novi arlena dan Renny Dwijayanti, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Untuk Memperluas Pangsa Pasar Pada UMKM Mamin Di Surabaya", *Jurnal PROSIDING: Seminar Nasional Ekonomi Martabat Dan Daya Saing Bangsa Peluang dan Tantangan Ekonomi*, (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, Maret 2016), 204-214.

¹⁷ Wawancara dengan Wahyu Supriyo, tanggal 5 November 2022 pukul 09.30 WIB.

Untuk Meningkatkan Daya Saing Menurut Syariat Islam. Kedua, jenis UMKM yang diteliti dalam penelitian ini adalah UMKM yang tergolong usaha kreatif dan khas di Juwana.

Berdasarkan dari fenomena gap pada penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa penerapan strategi pengembangan yang baik dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMKM dan dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Apalagi dalam penelitian ini diketahui bahwa sejak banyaknya usaha di bidang yang sama, UMKM Batik Tulis Bakaran mengalami ketidakkonsisten dalam penjualan produknya. Ada beberapa faktor yang mengakibatkan ketidakkonsisten dalam penjualan produk, salah satunya kurangnya promosi produk batik tulis bakaran. Promosi produk mempengaruhi penjualan karena dengan promosi yang baik akan menarik minat beli konsumen. Kemudian faktor dari lingkungan sekitar serta manajemen yang kurang memadai. Maka perusahaan harus mampu menciptakan kondisi usaha yang dapat menjamin mutu produk sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen serta dapat menciptakan usaha yang kompetitif.

Berdasarkan uraian diatas peneliti melakukan penelitian mengenai penerapan manajemen strategi pada UMKM batik Bakaran, pengembangan strategi untuk meningkatkan daya saing, serta pengaruh dari faktor internal dan eksternal dalam suatu usaha. Oleh karena itu terciptalah judul penelitian **“Strategi Pengembangan Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Syariat Islam.”**

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menitik fokuskan pada faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta menganalisis strategi yang tepat untuk meningkatkan nilai daya saing batik tulis di Desa Bakaran Wetan. Oleh karenanya penulis mempunyai suatu gagasan dalam mengangkat judul “Strategi Pengembangan Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Syariat Islam”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisa, yaitu:

1. Bagaimana tingkat daya saing UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan menurut syariat islam?
2. Bagaimana faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam pengembangan industry batik tulis bakaran?

3. Bagaimana strategi pengembangan UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan dengan menggunakan analisis SWOT?

D. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian guna memaksimalkan hasil, yaitu:

1. Menganalisis tingkat daya saing pada UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan sesuai dengan syariat islam.
2. Menganalisis faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam pengembangan UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan.
3. Merumuskan strategi pengembangan UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan dengan menggunakan analisis SWOT.

E. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis diantaranya meliputi:

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi akademisi khususnya bagi penulis untuk mengetahui lebih spesifik dalam pemahaman Strategi Pengembangan Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Syariat Islam.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas kepustakaan sehingga dapat dijadikan sebagai panduan dan pedoman bagi penelitian yang akan datang setelah diadakannya penelitian ini.
- c. Penelitian ini terkait dengan fakultas ekonomi dan bisnis islam khususnya Program studi manajemen bisnis Islam sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan tentang analisis Strategi Pengembangan Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Syariat Islam

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM

Penelitian ini bisa memberi masukan arahan berupa saran serta sebagai tolok ukur didalam mengambil keputusan dan perumusan kebijaksanaan terhadap manajemen dibidang operasional sebagai kelancaran dan kelangsungan usaha.

b. Bagi Konsumen

Sebagai bahan informasi mengenai Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Syariat Islam.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pada penulisan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Bagian awal pada sistematika penulisan skripsi terdiri dari dari halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, dan halaman daftar gambar.
2. Bagian inti pada sistematika penulisan skripsi terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Membahas tentang kerangka teori terkait dengan judul, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas tentang jenis pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengajuan keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Terdiri dari paparan data, hasil penelitian, analisis berdasarkan konfirmasi, dan sistem penelitian yang menghubungkan hasil penelitian dengan teori penelitian yang ada. Hasil analisis data dari telah disajikan di samping sejumlah pertanyaan penelitian dalam bab ini adalah strategi pengembangan UMKM batik tulis bakaran untuk meningkatkan daya saing pengrajin (studi kasus home industri batik tulis Desa Bakaran Wetan, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati, Jawa Tengah). Presentasi data yang telah disiapkan sesuai dengan analisis data adalah paparan data yang diperoleh dari pengamatan yang dilakukan oleh para peneliti, seperti wawancara.

BAB V : PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran yang ditujukan peneliti kepada beberapa pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian tersebut.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan dan juga lampiran-lampiran

