

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri merupakan sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan suatu kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili pada suatu tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi tersendiri. Salah satu sektor industri yang menarik perhatian pemerintah adalah sektor industri kecil dan menengah (IKM). Dalam prosesnya, ada beberapa IKM yang dapat berkembang kemudian menjadi sukses, dan tidak sedikit juga yang mengalami kegagalan bahkan sampai tak beroperasi. Kesuksesan IKM dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pemasaran, produksi, sumber daya manusia hingga keuangan. Untuk itu diperlukan studi langsung terhadap sebuah IKM untuk mengetahui secara langsung hal-hal yang berkaitan tentang pengembangan IKM. Salah satu jenis IKM yang menjadi ciri khas Indonesia adalah industri batik.

Industri kecil dan menengah (IKM) merupakan sektor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksinya lebih banyak menggunakan tenaga kerja manusia sehingga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Industri kecil dan menengah (IKM) juga memberikan dampak yang positif dalam perekonomian di Indonesia karena menjadi salah satu upaya dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Salah satu sektor dari industri kecil dan menengah (IKM) adalah industri batik.

Batik Indonesia telah diakui oleh dunia internasional sebagai ikon budaya bangsa yang memiliki keunikan serta memiliki simbol dan filosofi yang mendalam. Hal ini terbukti dengan diakuinya Batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia tak bendawi oleh UNESCO Tahun 2009. Industri batik di Indonesia perlu dibina supaya menjadi usaha yang mampu berkembang lebih mandiri dan tidak pudar di tengah perkembangan fashion di era milenial ini. Industri batik dapat ditemui di berbagai wilayah di Indonesia dengan beraneka ragam corak dan motif yang berbeda pada masing-masing wilayah.

Salah satunya adalah industri batik yang ada di Provinsi Jawa Tengah tepatnya di Desa Jambearum Kecamatan Patebon Kabupaten Kendal. Di tempat ini terdapat beberapa pelaku usaha atau pengrajin batik. Salah satu IKM batik yang terkenal di daerah ini adalah IKM “Jambe Kusuma”. IKM ini memproduksi batik dengan motif khas Kabupaten Kendal sebagai produk utama dengan tujuan mempertahankan nilai filosofis Kabupaten Kendal.

Dalam menjalankan suatu usaha tentunya mempunyai tujuan agar tetap mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya sehingga penjualan dan pendapatan diharapkan selalu meningkat. Hal ini tidak terlepas dari pentingnya peran strategi pemasaran yang diterapkan oleh setiap lini usaha termasuk IKM Jambe Kusuma Batik. Persaingan dalam dunia usaha menuntut pelaku bisnis untuk dapat membuat dan merancang sebuah strategi yang akurat dan tepat sasaran terutama dalam bidang pemasaran produk, karena sebuah usaha akan cepat berkembang jika mempunyai sistem pemasaran yang baik. Untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas pengembangan usaha diperlukan suatu alat untuk menganalisa

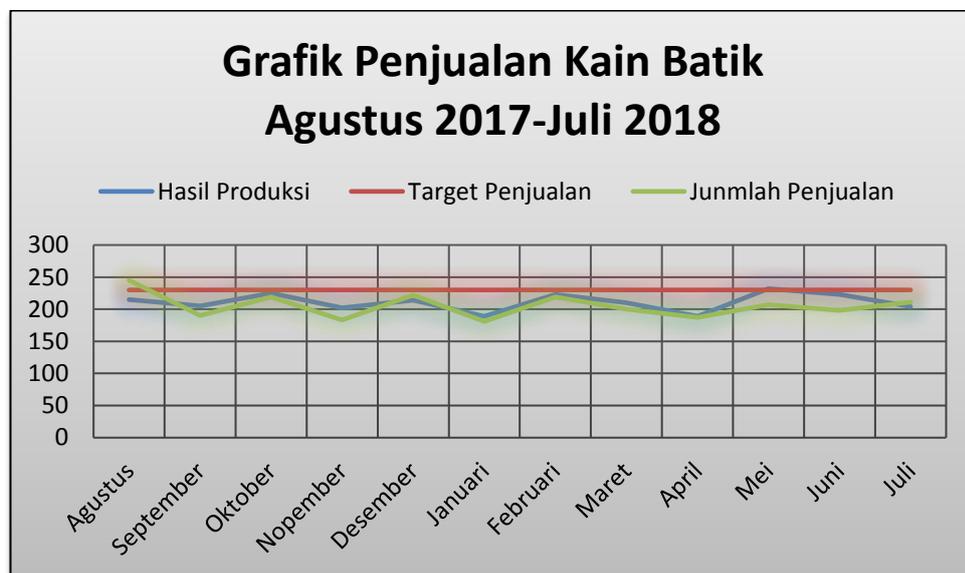
menyusun strategi baik dalam bidang pemasaran dan bidang-bidang lainnya. Salah satu alat untuk menganalisis strategi perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT sangat membantu usaha IKM Jambe Kusuma Batik Desa Jambearum Kecamatan Patebon untuk dapat menganalisis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan-kelemahan yang ada, serta seberapa besar peluang yang bisa diambil dan ancaman yang bisa dihadapi untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yang dijalankan.

Jumlah penjualan pada IKM Jambe Kusuma Batik selama ini tidak mengalami kenaikan yang cukup signifikan atau fluktuatif. Hasil produksi dan target penjualan masih belum sesuai. Jumlah penjualan masih dibawah target penjualan. Target penjualan dapat dicapai hanya pada bulan Agustus saja, hal ini dikarenakan pada bulan tersebut IKM mengikuti event pameran Jateng Fair selama kurang lebih satu bulan penuh, sehingga penjualan pada bulan tersebut mampu melebihi target. Pada bulan lain, pameran yang diikuti oleh IKM hanya dalam kurun waktu 1 sampai dengan 3 hari sehingga jumlah penjualan pada pameran tersebut tidak mampu melebihi target seperti pada saat IKM mengikuti event pameran Jateng Fair. Hal itu dapat dilihat dari hasil produksi, target dan jumlah penjualan kain batik dari bulan Agustus 2017 sampai dengan bulan Juli 2018 berikut ini:

Tabel 1.1 Data Hasil Produksi, Target dan Jumlah Penjualan Kain Batik Dari Bulan Agustus 2017 Sampai Dengan Bulan Juli 2018.

No	Bulan	Hasil Produksi			Target Penjualan			Jumlah Penjualan		
		Tulis	Cap	Total	Tulis	Cap	Total	Tulis	Cap	Total
1	Agustus	70	145	215	70	160	230	85	160	245
2	September	75	130	205	70	160	230	70	120	190
3	Oktober	75	150	225	70	160	230	73	146	219

4	Nopember	77	125	202	70	160	230	72	111	183
5	Desember	78	136	214	70	160	230	81	141	222
6	Januari	60	129	189	70	160	230	57	124	181
7	Februari	76	147	223	70	160	230	79	140	219
8	Maret	79	131	210	70	160	230	75	125	200
9	April	60	129	189	70	160	230	60	127	187
10	Mei	79	153	232	70	160	230	71	136	207
11	Juni	73	150	223	70	160	230	69	129	198
12	Juli	66	138	204	70	160	230	68	143	211
TOTAL PER TAHUN		868	1663	2531	840	1920	2760	860	1602	2462



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Kain Batik

Pada dasarnya masalah yang dihadapi oleh IKM adalah seputar modal usaha. Begitu juga pada IKM Jambe Kusuma Batik ini. Menurut pemilik IKM, selain kurangnya modal untuk mengembangkan usahanya, masalah yang dihadapi oleh IKM ini antara lain SDM yang kurang memadai dan permasalahan seputar pemasarannya. Akan tetapi masalah yang dirasa paling penting dan berpengaruh terhadap kemajuan IKM ini yaitu masalah dalam bidang pemasarannya yang masih kurang baik.

Berdasarkan uraian diatas maka menjadi dasar pertimbangan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh IKM Jambe Kusuma Batik Desa Jambearum Kecamatan Patebon Kabupaten Kendal agar dapat meningkatkan penjualan kain batik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimanakah strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada IKM Jambe Kusuma Batik untuk meningkatkan penjualan kain batik.

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah mudah dipahami dan menjadi jelas serta terarah maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di IKM Jambe Kusuma Batik.
2. Data yang digunakan adalah pengamatan secara langsung, interview dengan pekerja dan pelaku usaha.
3. Pengolahan data dari hasil pengamatan langsung, interview dan diolah dengan menggunakan metode analisa SWOT.
4. Rentang waktu pengambilan data dimulai dari bulan Agustus 2018 sampai dengan bulan Februari 2019.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada IKM Jambe Kusuma Batik.
2. Menentukan strategi pemasaran terbaik untuk meningkatkan penjualan kain batik di IKM Jambe Kusuma Batik.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi Industri Kecil Menengah
IKM dapat mengetahui aspek-aspek yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang sesuai.
2. Bagi Penulis
Melalui penelitian ini penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama kuliah pada dengan diterapkan secara langsung di dunia kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan laporan Tugas Akhir sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, mencakup tentang latar belakang, permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika yang digunakan.

BAB II LITERATUR REVIEW DAN LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan literatur review, kerangka berpikir, hipotesa dan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, baik pengetahuan maupun konsep dari literatur yang ada sesuai dengan pembahasan yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan rincian mengenai desain, metoda atau pendekatan yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian agar dapat mencapai tujuan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil pengumpulan data dan pembahasan yang bersifat terpadu. Analisa dan pembahasan tentang hasil yang diperoleh berupa penjelasan secara teoritik dari pengumpulan data yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang berasal dari hasil analisa dan pembahasan serta saran yang dibuat untuk penelitian selanjutnya.