

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang terdiri dari berbagai suku atau ras yang berbeda-beda. Setiap suku atau ras menduduki daerah dan memiliki kebudayaan tersendiri, seperti halnya di Jawa Tengah. Jawa Tengah memiliki kebudayaan yang sangat terkenal dengan kebudayaan batik yang tersebar di beberapa daerah diantaranya adalah Pekalongan, Yogyakarta, dan Surakarta. Secara etimologi, batik merupakan rangkaian kata *mbat* dan *tik*. *Mbat* dalam bahasa Jawa diartikan sebagai *ngembat* atau melempar berkali-kali, sedangkan *tik* berasal dari kata titik. Jadi, membatik berarti melempar titik-titik berkali-kali pada kain. Sehingga pada akhirnya bentuk-bentuk titik tersebut berhimpitan menjadi bentuk garis (Musman dan Arini, 2011:1).

Pada tanggal 2 Oktober 2009, batik Indonesia telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Dunia non-Bendawi. Sejak saat itu kegiatan yang dilakukan dengan cara memperkenalkan batik ke seluruh dunia semakin gencar dilakukan. Selain digunakan sebagai identitas budaya Indonesia kepada dunia, batik juga merupakan aset atau kekayaan Indonesia yang dapat dijadikan sebagai obyek pariwisata. Salah satunya sentra industri batik yang ada di Surakarta adalah Sentra Industri Kampung Batik Kauman dan Sentra Industri Kampung Batik Laweyan. Sentra Industri Kampung Batik Kauman dan Laweyan merupakan

kampung yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai pengrajin batik. Selain daerah tersebut, ada juga usaha batik rumahan lainnya yang banyak tersebar di daerah Surakarta, salah satunya adalah industri Batik SYN.

Batik SYN adalah salah satu industri batik yang terletak di Jl. Kolonel Sugiyono 50B Nayu Cengklik, Nusukan Surakarta Jawa Tengah-Indonesia. Awal mula sejarah berdirinya industri Batik SYN ini berawal dari usaha rumahan yang dikelola oleh Ibu Wiro Sumarto. Beliau merupakan seorang pembatik besar dan terkenal di wilayah Surakarta. Usaha yang didirikan oleh beliau bernama Batik WR yang merupakan kepanjangan dari Batik Wiro Sumarto. Seiring berjalannya waktu, usaha yang dirintis oleh beliau diturunkan kepada anak-anaknya. Semua anak beliau dibekali ilmu membatik hingga mereka dapat berdiri sendiri. Salah satu anak dari beliau yaitu Ibu Nunuk Sri Waluyowati.

Pada tahun 1987 usaha yang didirikan oleh Ibu Nunuk Sri Waluyowati dan suami ini diberi nama dengan industri Batik SYN yang merupakan kepanjangan dari Batik Suyono. Hingga pada tahun 1990 usaha ini berjalan dengan baik dan belum mempunyai karyawan. Awal mula industri Batik SYN ini hanya memproduksi batik tulis halus yang dipasarkan di wilayah Solo dan sekitarnya. Dengan berjalannya waktu industri Batik SYN mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan produk andalan jarik. Setelah dirasa tidak mampu memenuhi permintaan konsumen, maka pemilik memutuskan untuk mencari karyawan.

Kepercayaan yang diberikan kepada industri Batik SYN semakin hari semakin bertambah. Pemilik memiliki gagasan untuk menambah jenis batik lainnya seperti batik printing dan batik kombinasi (batik cap dan batik tulis).

Varian produk yang ada pada Batik SYN sampai saat ini adalah jarik, kain, pakaian untuk orang dewasa, pakaian untuk anak-anak, daster, taplak meja, dan lain sebagainya. Sampai saat ini Batik SYN sudah memasarkan produk-produknya ke Jawa dan Bali.

Tantangan yang harus dihadapi pada bisnis usaha Batik SYN ini adalah dimana beliau harus mampu mempertahankan usaha bisnis batiknya agar tetap eksis dan berkembang di tengah berkembangnya dunia *trend*, *mode*, dan *fashion*. Selain itu Batik SYN telah membuktikan bahwa dirinya sebagai aset nasional yang sangat penting dan perlu dipertimbangkan, sehingga usaha tersebut mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Dengan adanya hal tersebut, maka menjadi tugas utama yang harus dilakukan oleh Batik SYN dalam mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya dengan menghadapi adanya persaingan khususnya di wilayah Surakarta. Hal tersebut berkaitan dengan bisnis yang dijalankan harus secara tepat dan benar, serta seluruh operasinya dapat berjalan secara efektif dan efisien sehingga diperlukan adanya suatu strategi bersaing, tidak terkecuali dalam bidang pemasaran.

Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada Batik SYN dengan cara memanfaatkan kondisi lingkungan dalam perkembangan bisnisnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa analisis strategi pemasaran diantaranya yaitu analisis *SWOT* dan *Marketing Mix*. Dengan analisis *SWOT* ini nantinya akan dapat menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang baik untuk dijalankan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan peneliti untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Batik SYN dalam meningkatkan daya saing pada bisnis usaha batik. Dengan demikian peneliti memilih judul skripsi sebagai berikut: **“Analisis *SWOT* Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing pada Bisnis Usaha Batik (Studi Kasus: Industri Batik SYN-Surakarta)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal yang dapat mempengaruhi industri Batik SYN dalam meningkatkan daya saing pada bisnis usahanya?
2. Apa saja faktor eksternal yang dapat mempengaruhi industri Batik SYN dalam meningkatkan daya saing pada bisnis usahanya?
3. Bagaimana perencanaan strategi *marketing mix* yang tepat untuk usaha Batik SYN?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada pada penelitian ini adalah untuk analisis *SWOT* tidak sampai pada tahap menentukan anggaran operasional, serta untuk analisis STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) dalam menentukan *positioning* Batik SYN yang dilakukan dengan *benchmarking* oleh peneliti hanya akan

berfokus pada salah satu produk unggulan yang terdapat pada Batik SYN yaitu batik tulis.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar penelitian tersebut dapat memberikan manfaat yang fungsional dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal strategi pemasaran bisnis usaha Batik SYN.
2. Mengidentifikasi faktor eksternal strategi pemasaran bisnis usaha Batik SYN.
3. Merumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk Batik SYN agar dapat meningkatkan daya saing bisnis yang didasarkan pada analisis *SWOT* dengan *Marketing Mix*.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Adapun manfaat yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Batik
 - a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai cara yang tepat dalam melakukan perbaikan strategi meningkatkan daya saing industri usaha batik.
 - b. Dengan adanya penelitian yang menggunakan metode *SWOT* dapat memberikan pengetahuan terhadap pemilik mengenai kekuatan,

kelemahan, ancaman, dan peluang yang dimilikinya. Secara tidak langsung pemilik akan mengetahui sisi positif dan negatif dari usaha yang dikelolanya, sehingga akan lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya dimasa mendatang.

2. Bagi Peneliti

Memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan strategi pemasaran, disamping sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi lembaga pendidikan, khususnya Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri diharapkan dapat menjadi salah satu wawasan, informasi, dan pengetahuan serta referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara umum supaya mempermudah analisis materi dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti menjelaskan dalam sistematika penulisan. Adapun penjelasan dari bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu merupakan pendahuluan yang menggambarkan secara umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua membahas mengenai landasan teori yang terdiri dari: pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, analisis *SWOT*, STP, dan *Marketing Mix*. Hal tersebut nantinya yang akan digunakan sebagai landasan atau pedoman penulis dalam menganalisis masalah yang ditelitinya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga merupakan metodologi penelitian yang membahas mengenai data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab empat merupakan analisa data dan pembahasan yang akan membahas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap obyek yang diteliti dengan metode yang telah dipilihnya. Serta menganalisis hasil yang diperoleh berupa penjelasan teoriti, baik secara kualitatif, kuantitatif, maupun statistik.

BAB V PENUTUP

Bab lima merupakan penutup yang merupakan bagian akhir dari skripsi yang menjelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, serta saran yang diberikan oleh penulis kepada obyek yang diteliti untuk perbaikan dimasa mendatang.