

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai kekayaan yang luar biasa, baik dari sumber daya alam, adat, warisan budaya maupun peninggalan sejarahnya. Salah satu warisan budaya yang terkenal baik dalam negeri maupun dunia adalah batik. Dewasa ini perkembangan batik sangat meningkat, hal ini didukung permintaan konsumen yang semakin bertambah. Batik yang semula hanya digunakan sebagai pakaian eksklusif oleh keluarga keraton di Jawa, kini telah meluas kemasyarakat umum sebagai bahan sandang. Dengan adanya variasimotif batik yang berasal dari modifikasi motif modern yang dipadukan dengan motif tradisional, telah mempercepat pemasyarakatan batik di kalangan umum. Batik kini telah menjadi komoditas industri yang bersifat masal.

Sejak resmi diakui oleh UNESCO (*United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization*) pada tahun 2009 sebagai warisan budaya asli Indonesia yang layak untuk dimasukkan dalam Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, artinya bahwa batik telah memperoleh pengakuan Internasional sebagai salah satu mata budaya Indonesia, sehingga diharapkan dapat memotivasi dan mengangkat harkat paraperajin batik dan mendukung usaha meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Hal tersebut merupakan momen bangkitnya kembali gairah pengusaha-pengusaha batik yang telah lama padam. Kota-kota penghasil batik seperti

Jogja, Solo dan Pekalongan kembali bergelora dengan hidupnya usaha-usaha penghasil batik, baik dalam skala rumahan maupun skala produksi pabrik. Akan tetapi di sisi lain, kondisi tersebut juga memunculkan tantangan baru, dimana banyak bermunculan produsen atau pengusaha batik baru yang mencoba keberuntungan bisnisnya dalam bidang batik. Kemunculan- kemunculan produsen atau pengusaha baru tersebut juga memberikan warna baru dalam produksi batik. Corak, warna serta model gambar batik semakin beragam dan tidak terpancang pada pola-pola yang telah ada.

Pada era globalisasi seperti ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, arus globalisasi membawa perubahan besar dalam dunia perindustriaan di Indonesia , hal ini seiring dengan perkembangan ilmu dan teknologi serta perkembangan daya saing industri yang telah mengalami perubahan zaman. Dalam persaingan industri yang semakin ketat dewasa ini mengakibatkan setiap industri dituntut mampu bersaing dan mampu mengikuti persaingan sehingga mendorong industri tumbuh dan berkembang sekaligus dapat menanggulangi pesaing-pesaing yang ada. Setiap perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya tidak hanya melihat kemampuan manajemen perusahaannya sendiri, tetapi juga harus melihat kemampuan perusahaan pesaingnya.

Banyaknya persaingan dalam bisnis mengakibatkan Toko bennag Raja Kudus mengalami penurunan dikarenakan banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis seperti di Toko benang raja Kudus.

Tabel 1.1
Data Jumlah Penjualan Benang Raja Kudus 2021

Bulan	Jumlah Omset
Januari	400 Produk
Februari	350 Produk
Maret	300 Produk
April	200 Produk
Mei	175 Produk
Juni	150 Produk
Juli	165 produk
Agustus	375 produk
September	380 produk
Oktober	395 Produk
November	225 Produk
Desember	250 Produk

Sumber : Benang Raja Kudus, 2021.

Berdasarkan hasil table diatas dapat diketahui bahwa tahun 2021. Mengalami penurunan di pertengahan tahun 2021, dikarenakan banyaknya pesaing menjual produk sejenis dan diberlakukannya system new normal. Dan di akhir tahun mengalami peningkatan kembali, namun selama 2 bulan terakhir mengalami penurunan kembali.

Strategi analisis swot yang berhasil dan efektif untuk meningkatkan daya saing perlu memperhatikan lingkungan di sekitarnya baik itu lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal perusahaan, dari lingkungan internal dan eksternal tersebut di dapatkan dari factor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang perlu diperhatikan dan dimanfaatkan dengan baik

oleh perusahaan agar menciptakan suatu strategi analisis swot yang efektif untuk meningkatkan daya saing pada toko Benang Raja.

Kepercayaan yang diberikan kepada industri Batik Benang Raja 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 Benang Raja sampai saat ini adalah jarik, kain, pakaian untuk orang dewasa, pakaian untuk anak-anak, daster, taplak meja, sepatu, sandal, tas, mukena dan lain sebagainya.

Bisnis usaha di toko benang raja harus mampu mempertahankan usaha bisnis batiknya agar tetapeksis dan berkembang di tengah berkembangnya dunia trend, mode, dan fashion. Selain itu Batik Benang Raja 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 Benang Raja dalam mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya dengan menghadapi adanya persaingan. 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 Toko Benang Raja, Hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa analisis strategi pemasaran

diantaranya yaitu analisis SWOT ,marketing mix serta lima kekuatan dari Michael E. Porter.

Pesaing adalah mengembangkan profil sifat dan sukses dari kemungkinan perubahan strategi yang dapat dilakukan oleh tiap-tiap pesaing. Analisis yang canggih dan terarah yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan seperti siapa lawan, apa tindakan strategi bersaing, bagaimana cara menghadapi dan mana yang perlu dikembangkan dan diperbaiki.

Semakin berkembangnya dunia usaha saat ini, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan persaingan-persaingan dalam dunia usaha. Jika perusahaan ingin tetap bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain, maka perusahaan harus memperhatikan masalah pokok yaitu analisis faktor lingkungan internal , analisis faktor lingkungan eksternal, dan analisis SWOT.

Lingkungan diartikan sebagai proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan. Lingkungan internal mungkin dapat dikendalikan secara organisator oleh pelaku usaha sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan perusahaan . Selain lingkungan internal, perusahaan juga harus memperhatikan masalah lingkungan eksternal. Menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010:51-54) lingkungan eksternal adalah “kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan.”

Menurut Pearce and Robinson; Hunger and Whelen dalam penelitian I Gusti Putu Darya (2011:66) menyatakan bahwa Lingkungan eksternal suatu perusahaan memberikan banyak tantangan yang dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam upaya untuk menarik atau memperoleh sumber daya yang diperlukan dan untuk memasarkan barang dan jasanya secara menguntungkan. Sedangkan menurut William F. Glueck dalam buku Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010:46) bahwa “Lingkungan eksternal perusahaan adalah faktor-faktor yang berada di luar jangkauan perusahaan yang dapat menimbulkan peluang-peluang (opportunities) atau ancaman-ancaman (threat) pada perusahaan”. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan lingkungan Eksternal adalah lingkungan yang berada di luar perusahaan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat berdampak pada kegiatan perusahaan/usaha dan dapat menciptakan peluang atau ancaman bagi perusahaan.

Berdasarkan hubungan masalah pokok lingkungan internal dan lingkungan eksternal maka Analisis SWOT dapat digunakan sebagai alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang baik dijalankan.

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. (Rangkuti 2016:123). Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa

dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran kedepan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Alma, dan Priansa, 2019:115-125). 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. Maka untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh profit Toko Batik Benang Raja berusaha meningkatkan dan mengatur strategi dalam pemasarannya untuk meningkatkan penjualan produknya.

Toko Batik Benang Raja adalah salah satu toko yang memproduksi berbagai macam produk batik dan berbagai macam baju lainnya. Toko Batik Benang Raja di Kudus ini terletak di Jalan Kyai Haji Agus Salim No.164BR, Wergu Wetan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59318, banyak konsumen berdatangan untuk membeli produk batik, seperti misalnya bahan kain, pakaian, dompet, tas, sandal, sepatu, keset, sarung, skincare, kerudung dan lain- lain. Dahulu pakaian batik modelnya banyak yang terkesan kurang menarik, tetapi saat ini banyak yang desainnya menarik sehingga dapat menarik minat konsumen dari berbagai jenis usia dan penggunaan produk

batiksendiri telah menjadi salah satu trend yang ada saat ini. Dalam meningkatkan daya saing produk Batik Benang Raja, perusahaan diharuskan memiliki strategi analisis lingkungan eksternal , strategi analisis lingkungan internal dan strategi analisis swot, karena merupakan suatu teknik perencanaan strategi dalam perusahaan atau bisnis.

Research gap dalam penelitian ini adalah Silvia Rahmawati dan Sutantri (2019) dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisinis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri (Toko Purnama)”, Berdasarkan kondisi daya saing usaha grosir dan eceran toko surabaya ampel kota kediri berpotensi kuat untuk meningkatkan daya saing dengan faktor kekuatan yang dimiliki dan berpengaruh pada daya saing yakni tidak memiliki masalah permodalan, produk bermutu, lokasi strategis, harga terjangkau, dan melayani dengan ramah. Sedangkan penelitian Azis Abdul Hafiz, Praptono Budi, dan Tripiawan Wawan (2015) dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing pada Produk Fariz Fashion” Strategi yang digunakan Konveksi Fariz Fashion harus ditingkatkan lagi dari segi promosi dan lebih inovatif dalam menciptakan produk baru nya, Peluang-peluang yang dimiliki Konveksi Fariz Fashion belum dimanfaatkan secara maksimal, untuk itu pihak Konveksi Fariz Fashion harus lebih fokus dan mengevaluasi lagi dalam memanfaatkan peluang yang ada pada saat ini, agar tercapai tujuan dari Konveksi Fariz Fashion dan Kelemahan-kelemahan dengan nilai tertinggi

adalah strategi pemasaran yang kurang maksimal dalam mempromosikan produk nya, sehingga konveksi dapat menguasai potensi pasar.

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, peneliti akan menggunakan analisis SWOT untuk menguji apakah usaha ini sudah sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya atau belum. Berkaitan dengan hal tersebut penulis akan mengambil sebuah judul “Strategi Keunggulan Daya Saing Menggunakan Analisis SWOT Pada Toko Benang Raja di Kudus”

1.2. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup pada penelitian ini adalah meliputi:

- 1.2.1. Objek pada Toko Benag Raja di Kudus.
- 1.2.2. Penelitian menjelaskan tentang analisis swot sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing di Toko Benang Raja di Kudus.
- 1.2.3. Analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada Toko Benang Raja
- 1.2.4. Jangka waktu penelitian selama 1 bulan dari bulan November - Januari setelah proposalmendapat persetujuan.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu diharakannya keunggulan daya saing itu meningkat tapi kenyataannya malah mengalami penurunan, maka perlu dibuat strategi keunggulan daya saing menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan uraian latar belakang, permasalahan dan ruang lingkup tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1.3.1. Bagaimana menentukan variabel internal dan eksternal pada Toko Benang Raja Kudus?

1.3.2. Bagaimana posisi strategi analisis swot untuk meningkatkan daya saing?

1.3.3. Bagaimana langkah – langkah strategi analisis swot untuk meningkatkan daya saing?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1.4.1. Menentukan variabel internal dan eksternal pada Toko Benag Raja Kudus.

1.4.2. Menentukan posisi strategi analisis swot untuk meningkatkan daya saing.

1.4.3. Menentukan langkah-langkah strategi analisis swot untuk meningkatkan daya saing.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dijabarkan menjadi manfaat teoritis dan praktis, berikut uraiannya.

1.5.1. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan secara tepat guna dengan adanya penelitian ini, bagi masyarakat khususnya pemilik toko benang raja dapat menjadi sebagai refrensi dalam pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan

1.5.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat menjadi masukan studi pengembangan ilmu Manajemen pemasaran berkaitan dengan suatu pengetahuan dan pengalaman sekaligus pengaplikasian ilmu yang di peroleh selama mengikuti kuliah.