

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan menjelaskan latar belakang terjadinya masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian.

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara multikultural memiliki keragaman budaya dan tradisi yang dijunjung tinggi. Beragamnya budaya menjadi ciri khas dan aset penting bagi bangsa. Salah satu budaya yang menjadi ciri khas Indonesia adalah batik. Batik adalah salah satu warisan bangsa Indonesia yang merupakan wujud dari karya seni yang dituangkan diatas kain ataupun bahan dasar lainnya. Semenjak tanggal 20 Oktober 2009 UNESCO telah menetapkan bahwa batik telah diakui oleh masyarakat internasional sebagai warisan budaya yang berasal dari Indonesia (Iskandar & Kustiah, 2017).

Kontribusi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia menyerap PDB (Produk Domestik Bruto) cukup banyak. Tahun 2017-2018 PDB UMKM mengalami peningkatan. Berikut merupakan data perkembangan jumlah UMKM di Indonesia dari tahun 2017-2018:

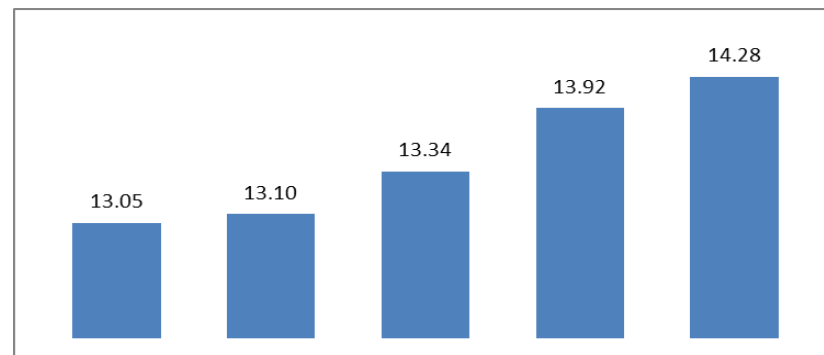
Tabel 1.1 Perkembangan jumlah UMKM di Indonesia tahun 2017-2018

Tahun	Jumlah UMKM (unit)	Tenaga kerja (orang)	Penyerapan PDB (%)	Expor non migas (%)
2017	62.922.617	116.431.224	60,90	14,54
2018	64.194.057	116.978.631	61,07	14,37

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia 2018

Jawa Tengah memberikan kontribusi ekspor batik sebesar 30-35 persen dari ekspor nasional (Setiawati, 2011). Kampung batik leweyan merupakan asal mula diciptakan batik di kota Surakarta. Surakarta adalah kota yang terkenal akan ciri khas batiknya bahkan produk batik merupakan produk yang diunggulkan. Usulan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu yang telah mengajukan Solo sebagai *creative city* yang berbasis desain ke lembaga PBB (UNESCO). Batik tulis Surakarta memiliki pangsa pasar internasional yang cukup banyak, maka pengrajin dituntut untuk memiliki daya saing kompetitif yang bisa

di ciptakan melalui aktivitas-aktivitas usahanya. Selain Solo kota lain seperti Yogyakarta, Pekalongan, dan Lasem merupakan kota yang terkenal akan batik tulisnya (Mangifera 2015). Selain Surakarta yang memiliki batik tulis dengan memiliki ciri khas, Madura juga memiliki banyak jenis batik salah satunya yang sudah terkenal ialah batik gentongan. Batik gentongan merupakan batik yang istimewa karena memiliki kehalusan motif dan proses pengerjaannya yang rumit serta batik ini hanya diproduksi di Madura (Prahastuti, 2016). Tahun 2014 Badan Pusat Statistik Pusat merilis fakta bahwa UMKM telah menguasai 99% pangsa pasar sektor usaha yaitu mencapai 55 juta unit usaha. Kontribusi seluruh usaha dalam PDB sebesar 57,9% dan menyerap tenaga kerja sebesar 97,2% (Arena,dkk, 2017). Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Nganjuk penyerapan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) untuk lapangan usaha industri pengolahan seperti furnitur, minyak atsiri, pembuatan tepung tapioka, pembuatan sendal, pengrajin batik tulis dan lain sebagainya dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami peningkatan.



Gambar 1.1 Distribusi PRDB industri pengolahan Kabupaten Nganjuk

Terdapatnya tujuh belas Usaha Kecil Menengah (UKM) batik tulis yang telah terdaftar pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (DISPERINDAG) Kabupaten Nganjuk, dengan adanya 17 *home industry* yang mendirikan usaha batik tulis membuat semakin banyak ide kreatif dalam menciptakan motif batik Nganjuk dan memberikan banyak pesaing bagi usaha serupa. Rudianingsih (2014), menjelaskan bahwa batik Nganjuk dinamakan batik “Anjuk Ladang” karena motif yang digunakan adalah Prasasti Anjuk Ladang. Terdapat banyak *icon* Kota Nganjuk yang digunakan motif tambahan yaitu Air Terjun Sedudo, Air

Rambat Roro Kuning, Goa Margo Tresno, Candi Lor, Candi Ngetos serta bawang merah. Terdapat pula motif yang menjadikan julukan Kota Nganjuk yaitu motif ngatas angin. Motif tambahan yang digunakan adalah burung garuda. Adanya ide kreatif menciptakan karya seni yang berbentuk batik dengan motif prasasti anjuk ladang dapat mempopulerkan kebudayaan dan mengenalkan prasasti- prasastri yang terdapat di Nganjuk serta dapat melestarikan kebudayaan asli Indonesia. Akan tetapi penjualan batik khas Nganjuk hanya dijual ranah lokal dan regional saja. Tabel 1.2 berikut ini merupakan presentase pemasaran dari 17 UKM batik yang terdapat di Nganjuk.

Tabel 1.2 Persentase pemasaran batik anjuk ladang.
(DISPERINDAG Kabupaten Nganjuk)

No.	Nama Perusahaan	Persentase Pemasaran %			
		Lokal	Reg	Nasional	Ekspor
1	Batik Nuusantara Indah	60	40	0	0
2	Batik Nilam Kencana	90	10	0	0
3	Batik Bayu Mukti	70	30	0	0
4	Batik Lengkong	80	20	0	0
5	Batik Lengkong	80	20	0	0
6	Batik Jatikalen	100	0	0	0
7	Edtukro	70	30	0	0
8	KUB Patra Kirana	100	0	0	0
9	Batik Anak Angin	70	30	0	0
10	Batik Basongan	85	15	0	0
11	Batik Ulul Albab	100	0	0	0
12	Batik Kartoharjo	100	0	0	0
13	Batik Karyadi	100	0	0	0
14	Batik Lengkong	80	20	0	0
15	Batik Lengkong	80	20	0	0
16	Batik Lengkong	80	20	0	0
17	Batik Lengkong	80	20	0	0

Sumber : DISPERINDAG Kabupaten Nganjuk

Permasalahan yang dihadapi pengrajin batik Nganjuk ialah dalam proses pemasaran dan desain motif batik yang belum diminati masyarakat umum. Batik khas motif Nganjuk lebih banyak digunakan oleh PNS dan siswa sekolah saja, belum banyaknya masyarakat umum yang memakai batik khas Nganjuk dalam aktivitas sehari-hari. Pemasaran batik Nganjuk hanya ranah lokal saja belum banyak dipasarkan ke luar kota. Dengan permasalahan jangkauan pemasaran dan kurangnya minat masyarakat umum untuk membeli batik yang bermotif khas Nganjuk memberikan pengrajin batik Nganjuk kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu pengrajin batik perlu menemukan keunggulan bersaing

yang tepat serta dapat merumuskan strategi yang tepat sehingga dapat meningkatkan pembelian batik khas Nganjuk. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam mengidentifikasi keunggulan bersaing ialah rantai nilai. Porter (1993), rantai nilai (*value chain*) merupakan alat dasar untuk memeriksa semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan bagaimana semua aktivitas tersebut berinteraksi diperlukan untuk menganalisa sumber keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing tidak dapat diketahui dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing terdapat dari berbagai aktivitas berlawanan yang dilakukan oleh perusahaan dengan mendesain, memproduksi, pemasaran, pengiriman barang dan pendukung produknya. Berdasarkan aktivitas-aktivitas tersebut dapat mendukung posisi biaya relatif suatu perusahaan dan menciptakan dasar untuk diferensiasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu kerangka perencanaan strategi yang digunakan dalam mengevaluasi suatu organisasi, perencanaan, proyek atau kegiatan bisnis. Dimana analisis SWOT melibatkan empat area menjadi dua dimensi, kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal dalam atribut organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal dalam atribut lingkungan (Gurel,2017).

Penelitian dengan pendekatan *Value Chain* (Rantai Nilai) sudah pernah digunakan sebelumnya oleh Weni Novandari (2013), dengan judul “Pemetaan dan Analisa Kopetensi Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan *Value Chain*” diketahui analisis rantai nilai kompetensi inti sebagai keunggulan bersaing UMK batik di Purbalingga adalah kemampuan pengrajin dalam pembuatan batik tulis khususnya keluwesan pembatik pada tahap pencantingan tidak mudah ditiru oleh pembatik lain. Penelitian Liana Mangifera (2015), dengan judul “Analisa Rantai Nilai (*Value Chain*) pada Produk Batik Tulis di Surakarta” berdasarkan analisis rantai nilai diketahui aktivitas utama rantai nilai meliputi pembelian bahan baku, proses produksi, dan penjualan produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan IKM tersebut yaitu bagaimana cara mengidentifikasi keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) batik Anak Angin di Kabupaten Nganjuk, serta bagaimanakah strategi yang tepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran pengrajin batik.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya maka peneliti menguraikan tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi keunggulan bersaing IKM batik Anak Angin di Kabupaten Nganjuk.
2. Merumuskan strategi pemasaran produk batik IKM Anak Angin di Kabupaten Nganjuk.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dilakukan maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diketuinya aktivitas rantai nilai yang berkontribusi besar pada keunggulan kompetitif IKM.
2. Teridentifikasinya kelebihan serta kelemahan aspek marketing IKM.
3. Diperolehnya rumusan strategi peningkatan pemasaran IKM.
4. IKM dapat meningkatkan kualitas produksinya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dilakukan oleh peneliti agar peneliti dapat terarah segingga mendapatkan hasil yang diharapkan. Batasan masalah ialah data yang digunakan diperoleh dari IKM batik Anak Angin di daerah Kabupaten Nganjuk, serta data diperoleh dari tahun 2019.

1.6 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka berisikan mengenai dasar teori tentang metode-metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini. Teori-teori meliputi *Value Chain* (Rantai Nilai), nilai tambah, analisis SWOT.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga metode penelitian berisikan mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, tipe data, teknik pengambilan data. Serta langkah-langkah untuk menyelesaikan permasalahan menggunakan metode *Value Chain* (Rantai Nilai).

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat hasil dan pengembangan berisikan mengenai penjelasan serta langkah-langkah yang digunakan dalam proses pengolahan data.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisikan mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menjawab dari tujuan penelitian. Selain itu pada bab lima ini peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat kepada pihak pengrajin batik.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisikan tentang referensi serta sumber-sumber literatur yang telah dicantumkan pada tinjauan pustaka.

