

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki sumber penghasilan mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain. Peningkatan usaha kecil dan menengah sangat penting karena selain dapat menyerap tenaga kerja juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil yang ada di sekitar lokasi usaha. Dengan begitu, perekonomian masyarakat akan meningkat dan akan berdampak pada peningkatan perekonomian nasional. Kerajinan batik merupakan salah satu usaha yang saat ini mengalami perkembangan karena usaha kerajinan ini mempunyai segmentasi pasar yang luas dan kebanyakan usaha ini dilandasi hobi, tradisi dan budaya.

Peningkatan usaha batik dapat mendukung dan menjadi kekuatan bagi Indonesia saat ini dalam menggerakkan perekonomian negara ke arah yang lebih baik. Salah satu bukti usaha batik dapat menggerakkan perekonomian terlihat dari data yang dihimpun oleh Kementerian Perindustrian tahun 2010. Nilai produksi industri batik dalam negeri menembus angka Rp. 732,67 miliar atau naik 13 persen dari periode sebelumnya Rp. 648,94 miliar. Nilai bahan baku industri batik di dalam negeri mencapai Rp. 403,92 miliar, sementara telah terjadi nilai tambah sebesar Rp 340,61 miliar. Pada tahun yang sama tercatat industri batik mampu menyerap 70.395 orang tenaga kerja atau terus meningkat setiap tahun (Suara Pembaruan, 2012).

Keberadaan usaha batik yang sebelumnya tidak diperhitungkan kini menjadi salah satu usaha kerajinan yang berkembang dan mempunyai prospek dengan berbagai corak, motif dan variasi warna yang mencerminkan karakter kedaerahan. Di Indonesia, usaha batik berkembang dan menyebar terutama di Pulau Jawa, misalnya yang dikenal dengan Batik Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Pekalongan, Kedungwuni, Tegal, Banyumas, Purwokerto, Kudus, Demak, Surakarta, Yogyakarta, Juwana, Rembang, Lasem dan Madura. Sementara itu,

batik dengan motif khas daerah semakin berkembang secara nasional dan internasional.

Tabel 1. Nilai Ekspor Batik Indonesia tahun 2005 s/d 2009

Tahun	Nilai Ekspor Batik Nasional (US\$)
2005	12,46
2006	14,27
2007	20,89
2008	32,28
Triwulan I	
2009	10,86

Sumber : Suara Pembaruan (2012)

Saat ini batik menjadi salah satu ikon bangsa Indonesia dan bukan lagi menjadi pakaian sakral yang harus dikenakan pada acara-acara dan oleh kalangan masyarakat tertentu. Kegemaran masyarakat Indonesia akan batik diikuti dengan perkembangan usaha batik yang peningkatannya cukup tinggi dengan jumlah permintaan yang juga mengalami peningkatan, hal ini ditunjukkan oleh nilai ekspor batik Indonesia yang semakin meningkat (Tabel 1). Apalagi dunia sudah mengakui bahwa batik merupakan warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia itu ditetapkan oleh organisasi pendidikan, ilmu pengetahuan dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO) pada tanggal 2 Oktober 2009. Hal ini memberikan motivasi kepada para pengrajin untuk senantiasa melestarikan kerajinan batik dan menarik minat pengusaha untuk mengembangkan usaha batik nasional.

Salah satu daerah produsen batik yang cukup terkenal adalah Madura. Sebagai sebuah bentuk karya seni budaya, batik Madura banyak diminati dan digemari oleh konsumen lokal, nasional dan internasional. Khusus untuk batik Madura, ditemukan corak yang beragam bahkan untuk setiap kota memiliki kekhasan masing-masing. Batik Bangkalan yang cukup terkenal adalah batik asal Tanjung Bumi yaitu batik pesisir dan gentongan, batik Sampang dan Sumenep dengan batik klasik dan batik Pamekasan dengan batik kontemporer. Dengan bentuk dan motif yang khas tersebut, batik Madura mempunyai keunikan tersendiri bagi para konsumennya.

Usaha kerajinan batik Madura saat ini mengalami peningkatan, itu ditandai dengan banyaknya perusahaan batik yang menjual berbagai produk batik dengan beragam jenis, motif, corak dan warna. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mengetahui analisis kelayakan dan strategi pengembangan usaha batik Madura dengan memilih UD. Pesona Batik Madura yang ada di Bangkalan sebagai tempat penelitian karena meskipun letak dari perusahaan ini tidak strategis akan tetapi mampu bersaing jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain dibidang usaha batik yang letaknya lebih strategis dan perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan batik yang cukup terkenal yang menyediakan berbagai jenis batik Madura kualitas rendah hingga batik dengan kualitas terbaik.

1.2. Rumusan Masalah

Keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia sangat strategis dalam rangka peningkatan perekonomian. Salah satu usaha yang berkembang saat ini adalah usaha batik. Perkembangan usaha batik di Madura mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha dibidang ini sehingga setiap perusahaan harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitasnya dengan menyusun strategi perusahaan. Strategi perusahaan disusun dengan melihat kondisi pasar yang setiap waktunya dapat berubah-ubah sesuai kebutuhan konsumen.

UD. Pesona Batik Madura merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan penjualan batik Madura yang berada di Bangkalan. Meskipun letaknya berada jauh dari pusat kota, namun perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan lain yang letaknya jauh lebih strategis yang berada di pusat kota. Berdasarkan permasalahan tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kelayakan usaha batik di UD. Pesona Batik Madura?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha batik di UD. Pesona Batik Madura?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis kelayakan usaha batik di UD. Pesona Batik Madura.
2. Mengetahui strategi pengembangan usaha batik di UD. Pesona Batik Madura.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran kaitannya dengan analisis kelayakan dan strategi pengembangan usaha batik Madura.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan.

b. Bagi Perguruan tinggi

Memberikan informasi mengenai kelayakan usaha batik dan strategi yang dilakukan dalam mengembangkan usaha batik Madura.

c. Bagi Pemerintah

Agar pemerintah bisa mengembangkan kebijakan pemerintah tentang usaha Kecil dan Menengah seperti usaha kerajinan batik Madura khususnya di Bangkalan sehingga dapat meningkatkan Penerimaan daerah Bangkalan.

d. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat bermanfaat untuk lebih mengetahui perkembangan salah satu perusahaan batik di Madura.