

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan global selalu menuntut setiap daerah untuk mampu menghasilkan output secara efisien, agar tetap dapat bertahan pada eksistensi unggulannya. Output yang efisien tersebut akan memicu timbulnya pemikiran kreatif serta pada akhirnya dapat memunculkan ide-ide kreatif dan inovatif. Ekonomi kreatif yang sangat identik dengan industri kreatif, pada saat ini dianggap mampu memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi perekonomian daerah¹. salah satunya adalah dengan adanya pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif merupakan pemanfaatan sumber daya manusia yang mempunyai ilmu keterampilan, pengetahuan serta teknologi yang mampu untuk bisa mengembangkan ide serta gagasannya melalui kreativitas². Di era globalisasi ini, pentingnya kebutuhan akan kreativitas dan inovasi harus terus dikembangkan dengan cepat karena hal tersebut selalu bergantung terhadap perubahan kebutuhan pasar, terutama pada pengembangan ekonomi kreatif serta keberlangsungan UMKM kedepannya³. Selain itu pengembangan dari ekonomi kreatif akan memiliki dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan nantinya juga akan berdampak positif pada citra kawasan yang memiliki ekonomi kreatif⁴. Hal yang penting dan dibutuhkan dalam ekonomi kreatif adalah adanya

¹ Wenty Ayu Sunarjo dkk, *Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan*, Jurnal Pena Vol 33 No.2 Edisi September, Universitas Pekalongan, 2019, 34.

² Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, Edisi 1 (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 8.

³ Adreas Syarif Pahlevi, *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*, Edisi 1 (CV.Oxy Consultant, 2018),97.

⁴ Dr. Saponah, Dr Syamsul Bahri dkk, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 165.

keaktivitas, dengan hal tersebut pelaku usaha dapat memanfaatkan ekonomi kreatif ini untuk bisa mempertahankan keberlangsungan usahanya. Pengembangan melalui kreasi inovasi membuat produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri dan bisa dengan mudah untuk dikenali oleh konsumen.

Salah satu sub sektor dari ekonomi kreatif yang masuk dalam jenis kerajinan yaitu usaha batik. Batik merupakan warisan budaya nusantara yang tak ternilai harganya, salah satunya adalah batik madura⁵. Batik madura mempunyai ciri khas mulai dari perbendaharaan motif, warna yang mencolok, dan proses produksi yang dilakukan. Selain itu, ragam motif yang dimiliki oleh batik madura beranekaragam diantaranya motif pucuk tombak, belah ketupat, rajut, parang, dan aneka flora fauna⁶. Dilihat dari perbedaan motif dan perpaduan warna yang lebih berani dari daerah lain. Perpaduan warna merah, biru, kuning, dan hijau yang lebih terang memberi kesan yang cerah serta menonjol dimana masing-masing warna tersebut memiliki arti tersendiri yaitu merah, melambangkan karakter masyarakat madura yang kuat dan keras, hijau melambangkan warna religi dimana beberapa kerjaan Islam didirikan dan berkembang di Madura, kuning melambangkan bulir-bulir padi pertanian penduduknya dan biru melambangkan warna laut yang mengelilingi sekitar pulau madura⁷. Dengan potensi pengrajin Madura diharapkan akan tetap mempertahankan batik madura sebagai salah satu tombak perekonomian masyarakat Madura.

Usaha batik Madura merupakan usaha kecil mikro menengah yang pemasarannya hanya dalam tingkat lokal dan masyarakat banyak yang kurang mengenal tentang batik Madura. Perkembangan UMKM terkini yang beraneka ragam yang memiliki keunikan

⁵ R.A Sekartaji Sumianto, *Batik Madura: Menilik Ciri Khas dan Maksud Filosofinya*, Corak Jurnal Seni Kriya Vol.4 No.1, Mei-Oktober 2015, 2.

⁶ Yuliana Rakhmawati, *Batik Madura: Heritage Cyberbranding*, Jurnal Komunikasi, Vol.X No. 01, Maret 2016. 58.

⁷ R.A Sekartaji Sumianto, *Batik Madura: Menilik Ciri Khas dan Maksud Filosofinya* Corak Jurnal Seni Kriya Vol.4 No.1, Mei-Oktober 2015,4.

dan keunggulan (kearifan lokal) oleh masing-masing pengusaha kan menimbulkan daya saing di industri kreatif. Daya saing muncul tidak hanya muncul dalam bentuk produk dengan jumlah banyak namun juga harus memiliki produk yang berkualitas, sehingga diperlukan kreativitas yang tinggi dan strategi yang tepat untuk dapat menciptakan produk-produk inovatif dan berdaya saing secara global⁸. Strategi sangat dibutuhkan untuk bisa lebih meningkatkan mutu dari usaha yang sedang dijalankan, maka dari itu penting bagi para pelaku usaha batik Madura berbasis ekonomi kreatif untuk bisa mengetahui strategi seperti apa yang tepat dan cocok untuk dipakai dalam mengembangkan usahanya sehingga dapat bersaing dengan usaha lainnya. Pemahaman secara konseptual atas apa yang dilakukan oleh pelaku usaha batik Madura berbasis ekonomi kreatif dalam menjalankan bisnis perlu dilakukan perumusan strategi secara profesional dan merupakan faktor penting yang digunakan untuk mencapai keberhasilan usaha batik Madura.

Athaya batik Madura merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif. Usaha ini masih tetap beroperasi sejak tahun 2008. Athaya batik Madura salah satu pengrajin batik yang masih mempertahankan batik tulis sebagai andalan dari produknya. Batik athaya memiliki beberapa motif yang menjadi ciri khas dari batik tersebut. Salah satu motifnya yaitu motif tasek malaya yang memiliki arti laut dengan motif meliuk yang digambarkan seperti aliran ombak selain itu batik athaya juga memiliki motif ramo' dengan ciri khas motif bercabang dimana dalam bahasa Madura memiliki arti bercabang. Athaya batik madura juga memiliki koleksi batik dari mulai dari yang sederhana sampai batik terbaik seperti batik gentongan⁹. Dari keunikan dari batik athaya tersebut Athaya batik madura mampu bersaing dalam festival nasional yang diadakan di Jakarta.

⁸ Dr. Saponah, Dr Syamsul Bahri dkk, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 164.

⁹ <https://athaya-batik-madura.business.site/>.

Perkembangan usaha athaya batik madura dikatakan sudah mulai meningkat, namun masih menghadapi kendala oleh pelaku usaha yaitu terkait dengan modal usaha, bahan baku, terbatasnya tenaga pembatik, sumber daya manusia yang masih minim dan masih butuh pembinaan. Selain itu persaingan didunia bisnis sangat ketat perusahaan dituntut untuk bersaing mengalahkan para pesaingnya serta mempertahankan dan mengembangkan keunggulan produk yang telah dimiliki. Dalam lingkup bersaing, keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya biasanya dipengaruhi secara langsung oleh perkembangan cara bersaing dari masing-masing perusahaan.

Selain itu bisnis athaya batik madura persaingan bisnisnya semakin ketat, banyak pelaku usaha batik tulis Madura yang mendominasi pasar dan ingin lebih unggul dari pesaingnya. Menghadapi persaingan tersebut, pelaku usaha dituntut untuk mencari kiat-kiat yang tepat agar tetap mampu bertahan dengan menyesuaikan diri terhadap pengembangan . dengan meningkatnya pertumbuhan bisnis pada usaha batik athya Madura ini menimbulkan situasi yang secara tidak langsung menciptakan lingkungan bersaing yang luas. Sehingga, Usaha bisnis athaya batik Madura membutuhkan suatu strategi yang terpadu, dimana para pelaku usaha dapat mengantisipasi dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif untuks mempertahankan. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan antara lain dengan menetapkan strategi kompetitif.

Strategi kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk memiliki kinerja yang jauh lebih tinggi dan unggul dengan sumber daya yang dikelola dilakukan secara maksimal. Strategi tersebut digunakan untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan/usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal

perusahaan yang biasa disebut dengan menggunakan analisis SWOT¹⁰.

Analisis SWOT merupakan perangkat analisis untuk mengetahui posisi usaha bisnis. Kelemahan dan ancaman harus diantisipasi perusahaan dengan membuat strategi untuk mencegah atau memperkecil kemungkinan kegagalan usaha, dan perusahaan harus dapat menggunakan kekuatan dan peluang untuk kesuksesan usaha¹¹. Usaha akan lebih mampu dan siap untuk beradaptasi pada perubahan-perubahan yang mungkin akan terjadi, dampak baiknya usaha akan tetap bisa dalam posisi unggul selain itu poin utama dari pelaksanaan analisis SWOT diharapkan dapat meminimalisir terjadinya masalah di era selanjutnya. Sehingga analisis swot perlu ditinjau dari ekonomi islam karena dalam penerapan analisis swot memberikan banyak manfaat daripada kemudorotan.

Dalam ekonomi islam Allah telah memerintahkan umatnya untuk berlomba lomba dalam kebaikan. Secara khusus nilai-nilai dalam sistem ekonomi Islam bersumber dari Al-Qura'an dan Sunnah, yang menjadi acuan atau menjadi dasar dari pandangan hidup Islam begitupun dengan melaukan persaingan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.¹². Dan dalam ekonomi islam mengajar kan bahwa setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan yang sehat seperti jujur dan selalu ingat Allah SWT. Untuk itu Al-Qur'an memberikan petunjuk dengan sejumlah aturan yang dapatt diterapkan dalam aktivitas ekonomi baik individu atau kelompok. Terdapat dalam surat Al-Baqarah (198) sebagai

¹⁰ Zuhrotun Nisak, *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*, Jurnal Academia, 3.

¹¹ Hamdi agustin, studi kelayakan bisnis Syariah, (depok : pt. rajagrafindo persada, 2017, 45

¹² Utari evy cahyani, *Strategi Bersain Dalam Berbisnis Secara Islami*, Jurnal At Tijaroh Vol. 2 No. 1 Januari-Juni, IAIN Padangsidempuan, 2016, 65

berikut¹³:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَذِكْرُهُ
كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Artinya: :Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan dari tuhanmu (Al-Baqarah:198).

Dalam Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas persaingan bebas, namun arti dari bebas bukan berarti kebebasan secara mutlak akan tetapi bebas sesuai dengan aturan syariah¹⁴.

Dengan adanya permasalahan inilah penulis tertarik ingin menganalisis kondisi dari usaha batik Athaya Madura dan akan merumuskan strategi apa yang tepat untuk diterapkan di usaha batik Athaya Madura dengan mennggunakan Analisis SWOT yang berdasarkan prespektif Ekonomi Islam. Sehingga berdasarkan deskripsi latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan mengambil Judul **“Analisis Swot Pada Strategi Kompetitif Usaha Batik Madura Berbasis Ekonomi Kreatif Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Batik Athaya Bangkalan)**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi kompetitif usaha batik Madura di Athaya Batik Madura di tinjau dari ekonomi Islam?
2. Bagaimana analisis SWOT pada strategi kompetitif usaha batik Madura di Athaya Batik Madura?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk megetahui bagaimana analisis SWOT pada strategi kompetitif usaha batik madura berbasis ekonomi kreatif di Batik Athaya Madura.

¹³ Departemen Agama RI. "Al-Qur'an dan Terjemah". Surabaya: Mahkota. 1990

¹⁴ Ebid Liberta, Analisis Strategi Dealer Mini Gold Di Bandar Lampung Dalam Prespektif Ekonomi Islam, (Skripsi:Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021), 35.

2. Untuk mengetahui bagaimana strategi kompetitif usaha batik madura berbasis ekonomi kreatif ditinjau dari ekonomi islam di Batik Athaya Madura.

D. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak yaitu :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana analisis SWOT pada strategi kompetitif usaha batik madura berbasis ekonomi kreatif ditinjau dari ekonomi islam.

2. Bagi akademisi universitas

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya khususnya mahasiswa ekonomi Syariah fakultas keislaman uniersitas trunojoyo madura.

3. Bagi Usaha Batik Athaya Madura

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi evaluasi dan tolak ukur bagaimana strategi kompetitif usaha batik athaya madura.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian sangat dibutuhkan untuk penulis melakukan telaah-telaah terhadap penelitian terdahulu, sehingga akan menjadi acuan dan pedoman dalam melakukan penelitian dalam bentuk skripsi, antara lain :

1. Skripsi oleh Leni Retno Dwiningsih yang berjudul “ Strategi Pengembangan Usaha Toko Ayu Accessoris Desa Subontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam” pada tahun 2021¹⁵. skripsi ini membahas tentang pengembangan strategi usaha Toko Ayu Accessoris Desa Subontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dalam perspektif

¹⁵ Leni Retno Dwiningsih, *Strategi Pengembangan Usaha Toko Ayu Accessoris Desa Subontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi: UIN Tulungagung, 2021)

ekonomi islam dan strategi yang dirancang adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Persamaan dengan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam. Perbedaannya adalah dalam objek penelitiannya dengan bidang usaha dan letak geografi yang berbeda.

2. Jurnal ilmiah oleh Wenti Ayu Sunarjo, Amalia Ilmiani, Dan Arum Ardianingsih yang berjudul “ Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan” pada tahun 2019¹⁶. Jurnal ilmiah ini membahas tentang merumuskan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats) pada pengembangan ekonomi kreatif sebagai Langkah pengembangan kreatif Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi di Kota Pekalongan melalui strategi pengembangan. Persamaannya dengan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang analisis swot terhadap usaha yang berbasis ekonomi kreatif dan perbedaannya adalah penulis meninjaunya dengan ekonomi islam.
3. Jurnal ilmiah oleh Anita Listiyaningrum, ade Rustisna, ahmad saeroji yang berjudul “ Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan” pada tahun 2019¹⁷. Jurnal ilmiah ini membahas tentang strategi pengembangan usaha batik dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat kampung batik kauman pekalonhan dengan menggunakan metode analisis SWOT. Persamaan dengan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha batik berbasis ekonomi kreatif dan perbedaannya adalah penulis meninjau strategi usaha batik dengan ekonomi islam.

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ Anita Listiyaningrum, *Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan*, Jurnal BEAJ, Universitas Negeri Semarang, 2020.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I : Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka menjabarkan tentang teori-teori yang dapat digunakan dalam penelitian, dimana tujuannya yaitu sebagai dasar dari rujukan referensi terhadap pemecahan masalah dalam penelitian. Pembahasan dalam bab ini meliputi Teori Analisis SWOT, Teori Strategi Kompetitif, Teori Ekonomi Kreatif, Teori Usaha Batik Madura, Strategi Kompetitif Prospektif Ekonomi Islam.

Bab III : Metode Penelitian

Metode penelitian berisi tentang metode yang digunakan penulis dalam penelitian, meliputi : lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis penelitian.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang penyajian data secara deskriptif dimana menjelaskan secara umum tentang objek penelitian. Sehingga didapatkan hasil jawaban dari rumusan masalah yang ada pada penelitian,

Bab V : Penutup

Bab ini merupakan suatu ringkasan yang berisi tentang saran dan kesimpulan dari penelitian.