

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Industri di Indonesia mengalami pertumbuhan cukup pesat, khususnya industri kecil dan menengah. Menurut Kementerian Perindustrian, jumlah industri kecil dan menengah tahun 2018 sebanyak 4.490.000 unit yang meningkat dari tahun 2014 yang sebelumnya sebanyak 3.520.000 unit. Seperti yang tercantum dalam UU RI No. 9 Tahun 1995 yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan. Dengan pesatnya pertumbuhan industri kecil dan menengah, tentu akan semakin tinggi tingkat persaingan diantara setiap industri tersebut.

Pada tahun 2016, Indonesia memasuki era baru, AEC (*ASEAN Economic Community*) yang mengakibatkan akan meningkatnya persaingan dalam segala bidang di dalam negeri. Pasar bebas ini masyarakat dituntut untuk lebih aktif atau maju dari para pendatang luar negeri. Berbagai cara telah dilakukan dalam merumuskan dan menjalankan strategi usaha. Dari langkah tradisional hingga modern, semua mulai diterapkan pengusaha di Indonesia. Meski demikian tidak ada hukum pasti dalam persaingan usaha, dalam artian produk dengan *brand* ternama tidak akan selalu berada diatas dan produk tanpa *brand* akan selalu dibawah.

Salah satu contoh industri kecil menengah yang memiliki prospek usaha adalah industri jamu. Industri jamu memiliki cukup banyak peluang terutama bagi masyarakat yang masih memegang budaya tradisional, karena jamu merupakan salah satu minuman sehat yang dikonsumsi dan dipercaya dapat menyehatkan tubuh maupun menyembuhkan penyakit. Keberlangsungan industri jamu tidak hanya bergantung pada keunggulan produk, melainkan juga harus mampu bersaing dengan industri lain yang sejenis. Kemampuan daya saing industri dapat dilihat dari kinerja industrinya, melalui efektivitas dan efisien industri tersebut. Selain itu, kemampuan industri dalam melakukan perancangan strategi guna memasarkan produk yang diproduksi merupakan salah satu faktor utama dalam keberlangsungan hidup suatu industri, dalam hal ini adalah industri jamu.

Sehingga perlu dilakukan perancangan strategi yang tepat dan sesuai untuk mencapai pangsa pasar yang diinginkan.

Menurut Kemenperin RI tahun 2015, perkembangan industri jamu di Indonesia dimulai sekitar tahun 1900-an. Pabrik-pabrik jamu dengan skala besar mulai berdiri di Indonesia, antara lain seperti Jamu Jago, Mustika Ratu, Nyonya Meneer, Sido Muncul dan lainnya. Selain produsen dengan skala besar, jamu tradisional juga banyak diproduksi oleh industri jamu dengan skala kecil, salah satu contohnya adalah industri jamu di Kabupaten Sampang.

Sampang merupakan salah satu Kabupaten di Pulau Madura dengan potensi alam yang dimilikinya, yaitu banyaknya tumbuhan obat yang tumbuh subur dan beranekaragam. Tumbuhan obat tersebut antara lain jahe, kunci, kunyit, lengkuas, temu hitam, sirih, lempuyang, cabe jamu, pinang, asam dan lidah buaya. Menurut data Dinas Kesehatan Kabupaten Sampang, tercatat terdapat 3 industri jamu yang masih melakukan proses produksi. Data industri jamu di Kabupaten Sampang dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1.1 Data Industri Jamu di Kabupaten Sampang

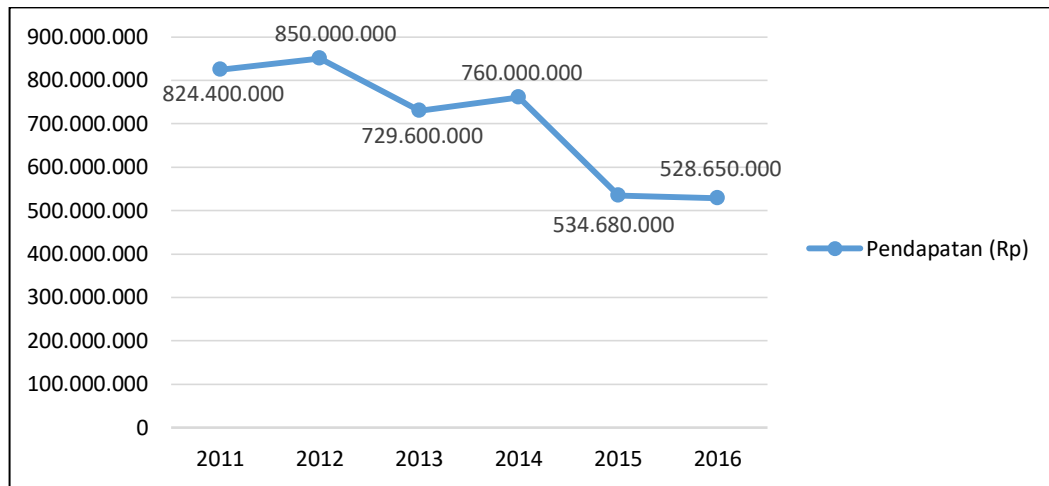
No.	Nama Industri	Nama Pemilik	Alamat	Nomor IKOT
1.	Putri Pahlawan	Ibu Achmad	Jl. Pahlawan No. 5	P2T/11/03.10/VI 2011
2.	Madura Sari	H. Waladi	Jl. Pahlawan	068/IKOT/Jatim/1997
3.	Madura Ayu	Hj. Misbahah	Jl. Pahlawan No. 4	09-3527210

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Sampang

Masing-masing industri jamu tersebut tentunya bersaing untuk memasarkan produk jamunya. Persaingan dalam pemasaran produk jamu selain dari industri jamu yang ada di Kabupaten Sampang, kompetitor juga muncul dari luar Kabupaten Sampang. Dengan adanya persaingan antara industri jamu, menyebabkan industri jamu saling memperebutkan pangsa pasar untuk meningkatkan *profit* dan untuk menjaga keberlanjutan dari industri jamu tersebut.

Salah satu produsen yang turut bersaing dalam industri jamu adalah industri jamu dengan merek dagang Madura Sari. UD Madura Sari merupakan salah satu usaha rumah tangga dengan produk jamu sebagai produk utamanya dan terletak di Kelurahan Rongtengah Kabupaten Sampang. Dengan ketatnya persaingan, UD Madura Sari tetap berusaha untuk memasarkan produknya kepada konsumen atau menyalurkannya ke toko-toko yang ada di sekitar UD Madura

Sari. Salah satu dampak dari semakin ketatnya persaingan pada industri jamu adalah dengan menurunnya omset penjualan dari UD Madura Sari. Data penjualan jamu UD Madura Sari pada tahun 2011-2016 dapat di lihat pada **Gambar 1.1**.



Gambar 1.1 Data Total Pendapatan Industri Jamu Madura Sari Tahun 2011-2016

Pada **Gambar 1.1** menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata UD Madura Sari dalam kurun waktu empat tahun terakhir yaitu pada tahun 2011-2014 sebesar Rp 791.000.000/tahun, namun pada tahun 2015 omset yang didapatkan sebesar Rp 534.680.000/tahun. Penurunan pendapatan UD Madura Sari juga terjadi pada tahun 2016 yaitu turun menjadi Rp 528.650.000/tahun. Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2015 UD Madura Sari mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis di bandingkan tahun-tahun sebelumnya. Salah satu penyebab turunnya pendapatan dari UD Madura Sari adalah adanya pesaing industri jamu di Kabupaten Sampang maupun industri jamu yang berada di luar daerah Sampang. Pesaing terdekat jamu Madura Sari yaitu industri jamu Madura Ayu yang memiliki omset penjualan 200.000.000/tahun dan Putri Pahlawan yang memiliki omset penjualan 180.000.000/tahun dengan produk jamu yang relatif sama dan lokasi industri yang saling berdekatan yaitu sama-sama berlokasi di Jl. Pahlawan.

Melihat persaingan yang sangat ketat dalam industri jamu, menuntut UD Madura Sari untuk dapat menerapkan manajemen strategi yang tepat dalam pengelolaan usahanya. Manajemen strategi menitikberatkan pada integrasi semua komponen dalam industri untuk mencapai keberhasilan. Keterlibatan seluruh komponen dimaksudkan agar setiap orang dalam industri tersebut mempunyai rasa bertanggung jawab pada industri, sehingga diharapkan mampu memberikan

kontribusi positif bagi industri itu sendiri, dalam hal ini adalah industri jamu Madura Sari. Proses manajemen strategi sendiri merupakan suatu sistem yang dinamis, dimana memerlukan penilaian dan perbaikan terus menerus yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi lingkungan saat itu. Salah satu bagian dari manajemen strategi adalah perencanaan strategi yang tepat bagi perusahaan, dalam hal ini adalah perencanaan strategi pada UD Madura Sari.

Menyadari pentingnya perencanaan strategi bagi suatu industri, maka diperlukan sebuah pendekatan yang tepat dan sesuai dengan karakteristik industri, dalam hal ini adalah UD Madura Sari. Mengingat UD Madura Sari merupakan industri kecil dan menengah, selain itu dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri jamu, maka diperlukan sebuah pendekatan strategi yang praktis dan aplikatif dalam mencapai tujuan industri tersebut. Salah satu contoh pendekatan strategi untuk meningkatkan daya saing industri adalah pendekatan dengan metode *Blue Ocean Strategy*.

Menurut Ratnasari *et al.* (2016) *Blue Ocean Strategy* merupakan salah satu strategi untuk memenangkan pasar dengan mendefinisikan industri sehingga memunculkan pengertian baru dari sudut pandang berbeda, pengertian baru tersebut akan menjadi pedoman menentukan strategi untuk melompati batasan industri atau pasar yang selama ini dianut, melalui tawaran fitur produk yang inovatif yang selama ini diabaikan oleh para pesaing. Beberapa keunggulan metode *Blue Ocean Strategy* antara lain dapat menciptakan *market space* baru, menciptakan dan menangkap *demand* baru, memecahkan atau mendobrak *value cost trade off*, kompetitor sudah tidak relevan lagi serta aliansi sistem dan aktivitas mengejar differensiasi baru dan *lowcost*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana kondisi UD Madura Sari berdasarkan tingkat persaingan antara industri jamu yang ada di Kabupaten Sampang ?
- b. Bagaimanakah strategi yang tepat untuk diterapkan sebagai strategi persaingan usaha UD Madura Sari berdasarkan *Blue Ocean Strategy* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui kondisi UD Madura Sari berdasarkan tingkat persaingan industri jamu di Kabupaten Sampang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis posisi industri dalam menentukan strategi yang tepat untuk bertahan dalam persaingan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai :

- a. Bagi peneliti
Mampu menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah dengan kondisi di lapangan, dalam kaitannya dengan strategi pemasaran dengan metode *Blue Ocean Strategy*.
- b. Bagi perusahaan
Digunakan sebagai usulan masukan dan sebagai sumber informasi bagi perusahaan untuk memberikan masukan strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy* sehingga dapat mengevaluasi kinerja secara lebih baik.
- c. Bagi Universitas
Penelitian ini dapat menambah wawasan bacaan dan pengetahuan terkait penerapan perancangan strategi usaha pada perusahaan.