

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebudayaan di Indonesia sangat beraneka ragam dengan keberagaman budaya tersebut sering kali Indonesia disebut sebagai Negara yang kaya akan budaya. Kekayaan budaya itulah yang dikenal oleh masyarakat internasional, dengan memiliki keanekaragaman kebudayaan Indonesia dapat dikatakan memiliki keunggulan dibandingkan dengan negara lain. keragaman budaya bangsa yang beragam yang dimiliki Indonesia diantaranya adat istiadat, pakaian, rumah, makanan dan banyak lagi keragaman Indonesia termasuk keragaman kain tradisional ada di negeri yang kaya ini. Jenis kain yang ada di Indonesia sangat banyak sekali ragamnya dengan ciri khas dan keunikan masing-masing yang mencerminkan budaya bangsa. Banyak orang yang hanya mengenal batik saja kain yang ada di Indonesia, ternyata apabila digali lebih dalam lagi keragaman kain di Indonesia, batik hanya satu dari keanekaragaman kain yang ada di negeri ini.

Jenis-jenis kain yang ada di Indonesia selain batik adalah Kain Sasirangan, Kain Ulos, Kain Songket, Kain Lurik dan banyak lagi yang lainnya. Selain dari jenis kain yang bermacam-macam, untuk satu jenis kainnya juga beraneka ragam motif dan keunikan sesuai dengan daerah asalnya. Salah satu jenis kain tradisional yang memiliki beraneka ragam motif dan corak adalah

Kain Sasirangan khas daerah Kalimantan selatan. Pada mulanya Kain Sasirangan dikenal dengan Kain Pamintaan, Pamintaan adalah singkatan dari Parmintaan.

Pamintaan tersebut maksudnya adalah selembar kain putih yang diberi warna tertentu dengan motif tertentu pula atas permintaan seseorang yang berobat kepada seorang pengrajin kain pamintaan. Dengan pamintaan tersebut maka diharapkan penyakitnya akan menjadi sembuh. Sekarang kain pamintaan lebih dikenal dengan istilah kainsasirangan.

Kain sasirangan biasa disebut orang luar pulau Kalimantan dengan sebutan batik Banjar, padahal itu bukanlah batik. Perbedaan proses pembuatan sasirangan yang membuat kain sasirangan tidak disebut batik. Cara proses pembuatan sasirangan dengan cara dijelujur/ menyirang (dijahit) berbeda dengan batik dengan cara di canting, ciri khas dari sasirangan sendiri terlihat dari motifnya yang harus disirang atau dijahit, dalam pembuatan motifnya harus disirang atau dijahit. Kain sasirangan adalah sejenis kain yang diberi gambar dengan motifnya harus disirang (dijahit). Sasirangan bukanlah kata benda, sa artinya satu dan sirang artinya jelujur (dijahit). Sasirangan adalah kain yang diberi motif dan warna yang dibuat sedemikian rupa dengan pola satu jelujur. Motif gambar kain sasirangan pada umumnya merujuk kepada gambar visualisasi flora, fauna, alam benda budaya dan lain-lain (Wijaya, Fianto, & Hidayat, 2015, hlm. 3).

Awalnya kain sasirangan hanya di pakai oleh kaum bangsawan kerajaan atau digunakan pada saat upacara adat tertentu. Namun seiring dengan

perkembangan waktu, kain tersebut bisa dipakai oleh kalangan rakyat biasa ataupun keturunan bangsawan saat mengikuti upacara-upacara adat. Selain dikenakan sebagai pakaian sehari-hari, masyarakat banjar juga mulai menyadari akan besarnya potensi bisnis yang bisa digali dari produk kain sasirangan. Maka dari itu tidak heran jika usaha kain sasirangan sangat berkembang pesat di Kalimantan selatan.

Corak dan motifnya yang beragam, serta pilihan warnanya yang menawan membuat masyarakat di berbagai daerah mulai tertarik untuk mengenakan kain sasirangan. Meningkatnya jumlah permintaan pasar akan produk kain sasirangan ternyata mendorong pertumbuhan usaha kecil menengah di daerah Kalimantan selatan berkembang cukup pesat. Semakin ketatnya persaingan usaha kain sasirangan di Kalimantan selatan maka sangat dibutuhkan strategi dalam mengembangkan masing-masing usaha agar mampu menarik hati pelanggan dan mampu mempertahankan usahanya diantara pesaing pesaing yang lain yang juga menjalankan usaha yang sama.

Menurut Griffin (2000), "Mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen" (Sule & Saefullah, 2005, hlm. 132). Konsep strategi erat kaitannya dengan perencanaan untuk mencapai

tujuan jauh ke depan. Tetapi tidak selalu strategi berarti perencanaan yang didasarkan pada tanda-tanda zaman di masa depan, perencanaan strategis dapat pula didasarkan pada kesuksesan atau pengalaman masa lalu yang telah dilaksanakan.

Strategi adalah pola, sebab strategi itu masih berbentuk perencanaan yang berorientasi ke masa depan dan belum terlaksana (disebut juga dengan *intended strategy*), tetapi jika sudah terlaksana disebut dengan *realized strategy*. Strategi juga berarti posisi, yaitu strategi memposisikan produknya ke pasar sasaran. Ada dua model strategi jenis ini pertama melihat ke bawah, yaitu melihat titik temu antara produk dengan pelanggannya. Kedua, melihat keluar yaitu memperhatikan berbagai aspek lingkungan eksternal yang mempengaruhi pasar. Strategi juga bisa berarti permainan, artinya strategi merupakan permainan atau taktik manuver perusahaan dalam memperdaya pesaingnya. Dapat disimpulkan strategi dimaknai bukan hanya sekedar membuat sesuatu menjadi lebih baik, lebih dari itu strategi adalah menjadikan sesuatu menjadi lebih baru, baik dan berbeda (Yunus M. , 2008, hlm. 258).

Adapun yang dimaksud strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan (Afridhal, 2017, hlm. 224). Pengembangan usaha adalah mengatur proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan

pengadaan peralatan usaha untuk mencapai tujuan. Selain itu pengembangan usaha juga diartikan keseluruhan proses hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat setiap bisnis ataupun usaha dituntut untuk dapat mengembangkan usaha agar usaha tersebut dapat maju dan sukses pada puncak yang diinginkan pengusahanya (Setyorini R. m., 2019, hlm.66).

Di Banjarmasin terdapat banyak sekali usaha industri kain sasirangan, salah satu tempat yang menjadi destinasi para wisatawan maupun turis yang datang ke Banjarmasin untuk membeli kain sasirangan biasanya adalah di Kampoeng BNI Sasirangan atau yang lebih dikenal dengan kampung sasirangan yang terletak di jalan seberang mesjid. Di kampung sasirangan ini terdapat beberapa pengrajin sasirangan dan juga penjual kain sasirangan, Salah satu pengrajin kain sasirangan yang dulunya juga memasarkan kain sasirangannya di kampung sasirangan adalah UKM Nida Sasirangan. UKM Nida Sasirangan dulunya memasarkan kain sasirangannya di kampung sasirangan namun karena ada beberapa pertimbangan efisiensi usaha akhirnya Nida Sasirangan berpindah tempat dan membeli toko di daerah sungai jingah Rt 17 No 21A kelurahan surgu mufti Banjarmasin. Nida sasirangan diambil dari nama Nida adalah nama merek/brand yang diambil dari anak kedua Ibu Hairatu dan Bapak Asbullah dan sasirangan adalah nama kain kerajinan khas Banjar Kalimantan Selatan.

Nida sasirangan telah berdiri cukup lama sejak tahun 1995 yang dikelola oleh Ibu Hairatu dan Bapak Asbullah beserta anak-anaknya. Pada mulanya pengelola sekaligus pemilik usaha Nida Sasirangan ini hanya hobi dalam mengolah sketsa motif sasirangan ditambah lagi dengan didasari oleh kecintaan pemilik terhadap kain sasirangan, kemudian pemilik memutuskan mulai merintis usaha sebagai pengrajin sasirangan. Pada awalnya pemilik Nida Sasirangan ini adalah salah satu pengrajin awal dirintisnya Citra Sasirangan, setelah citra Sasirangan sudah mulai berkembang barulah Ibu Hairatu pemilik Nida Sasirangan ini mulai merintis usahanya sendiri yang bermula di kampung sasirangan dan kemudian sekarang berpindah ke daerah sungai jingah. Nida Sasirangan selalu memproduksi Berbagai motif sasirangan untuk memenuhi permintaan pasar, terutama biasanya permintaan dari berbagai instansi pemerintah untuk pembuatan seragam, seragam sasirangan untuk umrah dan haji sekaligus logonya dan berbagai permintaan yang lainnya (Kamal, 2016, hlm 16).

Nida Sasirangan tidak hanya menjual Kain Sasirangan saja namun juga menjual produk jadi seperti kemeja formal laki-laki, baju perempuan, baju anak- anak, jilbab dan masih banyak beragam pakaian jadi yang lainnya. Nida Sasirangan juga menerima berbagai permintaan konsumen yang mau mendesain motif sendiri sesuai selera konsumen. Dari segi pengembangan usaha yang dilakukan selama ini Nida Sasirangan ini sudah cukup berkembang dapat dilihat dari penjualannya yang tiap tahun masih meningkat namun perkembangannya ini tidak sebesar pesaingnya yang lain seperti Irma

Sasirangan, Iwan Sasirangan dan Sahabat Sasirangan yang banyak dikunjungi wisatawan. Hal tersebut disebabkan masih kurangnya promosi yang dilakukan UKM Nida Sasirangan selama ini sehingga inilah yang menjadi salah satu penyebab UKM Nida Sasirangan masih kalah bersaing dengan pesaingnya. Promosi yang dilakukan UKM Nida Sasirangan selama ini adalah melalui mulut ke mulut selain itu juga melalui Instagram dan juga Whatsapp serta pada kemasannya yang berbentuk kotak yang bertuliskan nama Nida Sasirangan, Nida Sasirangan juga turut serta mengikuti pameran-pameran untuk mempromosikan produk dari Nida Sasirangan. Namun hal tersebut masih belum cukup dibandingkan pesaingnya yang lain seperti Irma Sasirangan yang mempromosikan usahanya dengan bekerja sama dengan beberapa hotel besar di Banjarmasin.

Hal ini yang menjadi kendala dari Nida Sasirangan dalam menghadapi persaingan dimana untuk promosi melalui sosial media pun Nida Sasirangan masih belum cukup aktif dan Nida Sasirangan juga tidak ada melakukan kerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan produknya seperti yang dilakukan Irma. Selain itu tempat yang digunakan Nida Sasirangan juga tidak terlalu luas sehingga barang hasil produksi biasanya kurang tertata dengan rapi dalam penempatannya hal ini juga yang membuat Nida Sasirangan masih belum bisa menarik minat konsumen berbeda dengan pesaingnya yang memiliki tempat yang luas dan penyusunannya pun tertata rapi sehingga konsumen yang berkunjung pun nyaman dalam melihat produk yang diinginkannya. Selain itu tempat yang digunakan UKM Nida Sasirangan ini

juga kurang strategis dibanding pesaingnya yang lain, pemilihan tempat dalam menjalankan usaha sangatlah penting dipikirkan, sebagai seorang pemilik usaha harus mampu memikirkan tempat yang mana yang tepat yang bisa digunakan untuk menjalankan usahanya dan pastinya tempat tersebut strategis sehingga konsumen mudah mencari tempat tersebut dan tempat tersebut sering dilalui banyak orang, sehingga memudahkan usaha kita tersebut menjadi semakin dikenal orang. Dalam hal ini pemilik UKM Nida Sasirangan masih kurang tepat dalam memilih tempat yang digunakan untuk menjalankan usahanya sehingga membuat UKM Nida Sasirangan kurang dikunjungi wisatawan karena tempat yang digunakan UKM Nida Sasirangan ini cukup jarang dilalui wisatawan..

Dalam memproduksi UKM Nida Sasirangan masih cukup terbatas dibanding pesaingnya yang lain serta tenaga yang dimiliki UKM Nida Sasirangan masih belum cukup banyak seperti pesaing yang lain. inilah yang membuat UKM Nida Sasirangan belum berkembang pesat dan belum mampu bersaing karena dalam mengembangkan usaha sudah pasti peran tenaga kerja sangatlah penting jika tenaga kerja masih belum mencukupi maka produk yang dihasilkan memerlukan waktu dalam pembuatannya sehingga produk yang dihasilkan terbatas. Jumlah produksi yang terbatas juga menjadi kendala dalam mengembangkan usaha karena jika pesaing memproduksi produk dengan jumlah yang lebih banyak akan dapat menarik minat konsumen sehingga konsumen akan lebih sering mengunjunginya karena dengan produk yang diproduksi lebih banyak akan membuat konsumen dapat memilih produk apa yang diinginkan dibanding yang terbatas dan hanya menunggu pesanan

yang diinginkan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa UKM Nida Sasirangan masih belum mampu bersaing dengan pesaing yang lain disebabkan karena kurangnya produksi pada UKM Nida Sasirangan diantara pesaing yang lain, promosi dan pemasaran yang belum gencar sehingga belum menarik minat konsumen ataupun wisatawan agar mengunjungi tempat UKM Nida Sasirangan sehingga hal itu dapat menjadi kendala yang dihadapi UKM Nida Sasirangan. Maka dari itu Nida Sasirangan perlu meningkatkan lagi dan memperbaharui lagi Strategi dalam mengembangkan usahanya, hal itu bisa dilihat dari bagaimana pesaingnya memiliki strategi yang lebih baik dalam mengembangkannya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dari itu penulis tertarik untuk menulis judul penelitian **“Strategi Pengembangan Usaha kain Sasirangan Pada UKM Nida Sasirangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis Di Kota Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kain Sasirangan Pada UKM Nida Sasirangan dalam menghadapi persaingan usaha sejenis di Kota Banjarmasin?
2. Apa Saja Kendala- kendala yang dihadapi dihadapi UKM Nida Sasirangan dalam menghadapi persaingan usaha sejenis?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kain Sasirangan pada UKM Nida Sasirangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis Di Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apa saja Kendala-kendala yang dihadapi UKM Nida Sasirangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan pada penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui, menambah dan memperkaya khazanah keilmuan, khususnya tentang strategi dalam pengembangan usaha. Selain itu dapat dijadikan perbandingan dalam penyusunan penelitian selanjutnya.
2. Sebagai sumbangan pemikiran dalam melakukan strategi pengembangan usaha, diharapkan dapat menjadi saran atau rekomendasi bagi pemilik usaha kain sasirangan terutama untuk ukm nida sasirangan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

E. Definisi Operasional

Agar tidak menimbulkan pemahaman lain dalam konteks skripsi ini, maka perlu adanya batasan dan penegasan istilah dari judul skripsi. Sehingga maksud dan tujuan yang terkandung dari judul tersebut dapat dipahami dengan

jelas.

1. Strategi

Menurut Griffin (2000), “Mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya (Sule & Saefullah, 2005, hlm. 132). Strategi yang dimaksud disini adalah Strategi yang dilakukan UKM Nida Sasirangan dalam mengembangkan usahanya dalam menghadapi persaingan usaha yang sejenis.

2. Pengembangan Usaha

Pengembangan Usaha adalah mengatur proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan pengadaan peralatan usaha untuk mencapai tujuan (Setyorini, 2019, hlm. 66). Yang dimaksud pengembangan usaha pada penelitian ini adalah Pengembangan Usaha yang dilakukan Nida Sasirangan dalam mengembangkan usahanya baik dalam produksi, pemasaran, penjualan, maupun perluasan usahanya.

3. Sasirangan

Kain Sasirangan adalah sejenis kain yang diberi gambar dengan motif dan warna tertentu yang sudah dipolakan secara tradisional menurut cita rasa budaya local genius yang khas etnis banjar di Kalimantan Selatan. Sasirangan bukanlah kata benda, *Sa* artinya satu dan *Sirang* artinya jelujur. Kain Sasirangan yang dimaksud disini adalah Kain khas dari Kalimantan Selatan.

(dijahit) (Wijaya, Fianto, & Hidayat, 2015, hlm. 28).

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari adanya temuan-temuan yang sama penulis memberikan beberapa contoh penelitian yang berkaitan dengan penelitian Strategi Pengembangan Usaha adapun beberapa karya ilmiah (buku, jurnal, dan lainnya) yang dapat penulis pakai sebagai landasan teoritis dan rujukan untuk mendukung dalam penulisan skripsi yang penulis angkat, antara lain adalah

Skripsi yang berjudul Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Nida Sasirangan Banjarmasin yang ditulis oleh Muhammad Ridho Akbar. Pada penelitian yang ditulis Muhammad Ridho Akbar ini menggunakan analisis data dari analisis swot dimana peneliti memfokuskan bagaimana Strategi bersaing Nida Sasirangan agar dapat meningkatkan pangsa pasarnya yang dilihat dari segi perencananya, segi pengelolaan barang dan penyaluran barangnya yang dianalisis menggunakan analisis swot dilihat dari bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang serta ancamannya. Persamaan yang ada pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tempat Nida Sasirangan dan sama-sama membahas tentang bagaimana menghadapi pesaing yang memiliki usaha sama. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian Muhammad Ridho Akbar yang diteliti adalah dari Strategi bersaing untuk meningkatkan pangsa pasar pada Nida Sasirangan sehingga penelitian tersebut lebih memfokuskan bagaimana Strategi bersaingnya, bagaimana meningkatkan pangsa pasarnya dari pemasarannya, pengelolaan barang dan perencanaannya dan analisis datanya menggunakan analisis swot sedangkan peneliti lebih memfokuskan

bagaimana Strategi pengembangan usaha yang dilakukan Nida Sasirangan dalam menghadapi ketatnya persaingan usaha sejenis.

Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Minuman Kopi Herbal Instan *ORIENTAL COFFEE* Pada CV Agrifamili Renathera Bogor yang ditulis oleh Cila Apriande. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh CV Agrifamili Renathera adalah melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan dalam peminjaman modal untuk pengembangan usaha, meningkatkan promosi yang lebih intensif, mengoptimalkan bagian riset dan pengembangan produk, meningkatkan brand image bahwa oriental coffe merupakan produk minuman kesegaran yang berbahan dasar kopi, mengembangkan produk baru berupa inovasi dari produk yang sudah ada, serta memperbaiki manajemen perusahaan. Persamaan pada penelitian ini adalah yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan usaha, bedanya penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian ini adalah peneliti lebih terfokus kepada strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan usaha yang sejenis pada usaha kain sasirangan dan kendala- kendalanya sedangkan penelitian ini terfokus kepada faktor faktor eksternal dan internal perusahaan seperti kekuatan kelemahan peluang dan ancaman serta alternatif dalam pengembangan usaha kopi.

Skripsi Berjudul Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis Swot yang ditulis oleh Adhe Anggreini Saragi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif

kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan analisis swot strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri batu bata di kecamatan piyungan adalah memperluas pasar sehingga produk batu bata menjadi lebih terkenal, mengembangkan produk batu bata sejenis lebih berkualitas, memanfaatkan sumber daya manusia yang banyak untuk memproduksi batu bata dan memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama sama meneliti bagaimana strategi pengembangan usaha pada sebuah industri. bedanya penelitian yang peneliti ini lakukan dengan penelitian yang penulis lakukan ini adalah penelitian ini lebih terfokus pada pengembangan keberadaan industri batu bata di kecamatan piyungan sedangkan peneliti fokus kepada pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan yang sejenis. selain itu penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pada industri kerajinan batu bata berdasarkan analisis swot sedangkan penulis melakukan penelitian pada industri kain sasirangan dan tidak menggunakan analisis swot. Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah ada. Penelitian ini di fokuskan pada strategi dalam mengembangkan usaha kain sasirangan pada ukm nida sasirangan agar mampu mengembangkan usahanya diantaranya banyaknya pesaing-pesaing usaha yang sejenis.

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penulisan skripsi ini, maka disini perlu digunakan sistematika yang dibagi menjadi lima bab, masing-

masing bab terdiri dalam beberapa sub bab, yang sistematika tersebut sebagai berikut:

1. Bab I Merupakan pendahuluan yang memaparkan secara singkat mengenai latar belakang Masalah, Rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, Definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penyusunan skripsi.
2. Bab II Bab ini berisikan beberapa teori tentang strategi, jenis strategi, perumusan strategi, teori tentang pengembangan usaha, dan strategi dalam mengembangkan usaha.
3. Bab III Bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini, lokasi penelitian ini dilakukan, subjek dan objek yang ada pada penelitian, data dan sumber data yang didapatkan, metode pengumpulan data pada penelitian ini, serta teknik analisis data semua dijelaskan secara rinci pada bab ini.
4. Bab IV Bab ini membahas tentang penyajian data pada penelitian strategi pengembangan usaha ini, analisis data dan hasil dari penelitian tentang strategi pengembangan usaha.
5. Bab V Merupakan penutup dalam bagian ini disajikan kesimpulan hasil penelitian, dan saran bagi peneliti pada topic yang sama di masa yang akan datang.