BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenisnya. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan tersebut.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik.

Pemasaran produk yang baik, maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi, maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat, akan terjadi penurunan penjualan yang memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Keunggulan bersaing penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh daya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan. (Fuad, 2003, hal. 4)

Sebuah bisnis perusahaan harus memiliki strategi, untuk terus mengembangkan produk baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan atau *profit*. (Madura, 2001, hal. 84)

Menurut Chandler strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk sebuah tujuan. Dalam pengembangan produk perlu adanya strategi bersaing yang harus dijalankan untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Jadi inti strategi bersaing yaitu bagaimana cara organisasi mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan mampu menepatkan produknya dihati konsumen. (Rangkuti, 2006, hal. 4)

Perusahaan memerlukan pengetahuan dan perumusan strategi yang tepat. Selanjutnya strategi selanjutnya akan dilaksanakan dan dikelola secara efektif dan efisien. Untuk melaksanakan strategi tersebut diperlukan adanya keputusan strategi dan manajer. Hal ini akan mendorong perusahaan berlomba untuk menerapkan strategi apa yang paling tepat untuk memasuki dan merebut pasar.

Penyusunan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya, demikian pula halnya dengan perusahaan Nida Sasirangan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kain sasirangan, untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran produknya mempunyai strategi yang efektif. Sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki atau bahkan dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

Nida adalah nama merek/brend yang di ambil dari nama anak pertama, dan Sasirangan adalah nama kain kerajinan khas banjar/Kalimantan selatan. Nida Sasirangan telah berdiri sejak tahun 1995 dikelola oleh Ibu Hiratu beserta suami Bapak Asbullah. Dalam kiprahnya di usaha ini, pengelola sekaligus pemilik kain kerajinan ini pada mulanya adalah pengrajin. Sebelum memulai usahanya beliau telah mendapat berbagai pelatihan-pelatihan yang berkenaan dengan proses produksi. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas diperlukan ketelitian, kesabaran dan juga pengetahuan dalam proses produksi.

Seperti yang dijelaskan oleh ibu Hiratul sebagai pemilik toko “Nida Sasirangan” di daerah Sungai Jingah memang cukup banyak saingan sesama pengusaha Sasirangan yaitu Lufhfiah Sasirangan, Hj. Sasirangan, Purnama Sasirangan, Keluarga Sasirangan, Alfina Sasirangan, Hikmah Sasirangan, Aisya Sasirangan, Dedi Sasirangan, Dziva Sasirangan, Syifa Sasirangan, Tijana Sasirangan, dan Tati Sasirangan. Strategi bisnis ini yang digunakan adalah konsumen bisa membuat motif sendiri dan bisa request kombinasi warna sendiri, dan di “Nida Sasirangan” tidak hanya menyediakan bahan Sasirangannya tapi

juga menyediakan pakaian yang sudah jadi seperti baju kerja, gaun, sampai hijab. Seperti saat ini strategi yang diperbaharui “Nida Sasirangan” adalah selalu mengikuti perkembangan-perkembangan motif sasirangan yang saat ini digemari kalangan anak-anak muda, juga warna-warna yang menarik minat mereka.

Persaingan kain Sasirangan di Banjarmasin tepatnya di Sungai Jingah, saat ini lumayan ketat, banyak dibuka toko-toko baru yang juga menjual kain sasirangan. Persaingan pasar sangat kompetitif. Jadi cara Nida Sasirangan harus menerapkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebagai contoh Nida Sasirangan, dulunya adalah perusahaan kecil, sekarang sudah menjadi usaha yang cukup besar dan cukup dikenali masyarakat. Nida Sasirangan harus bisa mengenali kelemahan dan kekuatannya untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Bertitik tolak dari tinjauan latar belakang masalah dan pentingnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka penulis memilih judul “Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Nida Sasirangan Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dirumuskan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Nida Sasirangan Banjarmasin meningkatkan pangsa pasar?
2. Apa kendala-kendala yang dihadapi Nida Sasirangan Banjarmasin dalam peningkatan pangsa pasar?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi Nida Sasirangan Banjarmasin dalam meningkatkan pangsa pasar.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala apa saja yang dihadapi Nida Sasirangan Banjarmasin dalam peningkatan pangsa pasar.

D. Signifikansi Penulisan

Selanjutnya apabila penelitian berhasil dengan baik, diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik kegunaan teoritis maupun praktis. Ada pun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis penelitian ini berguna untuk:
 - a. Sebagai bekal mahasiswa agar memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dapat menunjang tercapainya sikap professional sebagai calon tenaga kerja.
 - b. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi pihak yang membutuhkannya.
 - c. Bagi pembaca diharapkan bermanfaat yaitu bisa mengetahui strategi bersaing dalam peningkatan pangsa pasar Nida Sasirangan Banjarmasin.
 - d. Bagi pihak Nida Sasirangan Banjarmasin diharapkan bisa menjadi masukan yang berguna bagi perkembangan Nida Sasirangan Banjarmasin
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi bagi pihak Fakultas dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas pengajar terhadap mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan peneliti teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka peneliti membuat operasional sebagai berikut:

1. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu, yang dimaksud strategi disini adalah pelaksanaan gagasan dan perencanaan strategi bersaing terutama produk yang digunakan pada Nida Sasirangan Banjarmasin.
2. Pangsa pasar (*market share*) bagian dari keseluruhan permintaan suatu barang yang mencerminkan golongan konsumen menurut ciri khasnya, seperti dari tingkat pendapatan, umur, jenis kelamin, Pendidikan, dan juga status social. *Market share* ialah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan dan seluruh potensi jual, biasanya dinyatakan dalam persentase.
3. Sasirangan adalah kain adat suku banjar di Kalimantan Selatan, kain yang di dapat dari proses pewarnaan rintang dengan menggunakan bahan perintang seperti tali, benang atau sejenisnya menurut corak-corak tertentu.

4. Kajian Pustaka

Untuk menghindari kesalahpahaman dan meperjelas permasalahan yang peneliti angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berikut ini penelitian sejenis yang telah diteliti yaitu:

Pertama, skripsi dari Anis Sholehah (112411028) jurusan Ekonomi Syariah, yang berjudul *strategi bersaing dalam pengembangan produk di home industry kelompok usaha bersama kucai jaya kelibeber wonosobo*. (Anis, 2015) Metode analisis data yang diterapkan ialah deskriptif kualitatif. Persamaan dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian yang sama berhubungan dengan strategi bersaing. Sedangkan perbedaannya terdapat di lokasi dan objek penelitian. Dalam penelitian Anis tersebut ialah strategi bersaing dalam pengembangan produk di home industri kelompok usaha bersama kucai jaya kelibeber wonosobo. Sedangkan objek penelitian ini ialah penerapan strategi bersaing dalam meningkatkan pangsa pasar Nida sasirangan Banjarmasin.

Kedua, skripsi dari Nabila Desiana (A21108903) jurusan Manajemen, yang berjudul *penerapan strategi bersaing dalam peningkatan pangsa pasar pada PT. XL MITRA ABADI UTAMA Makassar*. (Nabila,2012) Metode analisis data yang diterapkan ialah deskriptif kuantitatif. Persamaan dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian yang sama berhubungan dengan strategi bersaing. Sedangkan perbedaan terdapat di Objek penelitian. Dalam penelitian tersebut Nabila Desiana tentang Penerapan strategi bersaing dalam peningkatan pangan pasar pada PT. XL MITRA ABADI UTAMA MAKASSAR. Sedangkan objek penelitian ini ialah penerapan strategi bersaing dalam meningkatkan pangsa pasar Nida sasirangan Banjarmasin.

5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

Bab I adalah pendahuluan, mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk judul dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah. Setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan landasan teori yang membahas teori-teori umum dan syariah, yang dijadikan penulis sebagai tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan.

Bab III merupakan metode penelitian, yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis dan sifat, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan dan analisis data prosedur penelitian.