

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar kekuatan yang berpengaruh dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan penting bagi perekonomian Indonesia dengan beberapa keunggulan produk, cipta nilai menjadi nilai tambah diberbagai sektor. Peran UMKM ini sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, sampai mencapai 99% dari seluruh unit usaha. Pada tahun 2023 jumlah UMKM mencapai 66 juta, kontribusi untuk Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia setara dengan RP. 9.580 Triliun. UMKM juga menyerap pekerja sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.¹

Data UMKM 2018-2023						
Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0.70%	1.52%

Gambar 1. 1 Data UMKM 2018-2023

Menurut Tulus Tambunan (2014:19) UMKM memiliki peranan penting terutama sebagai sumber utama kesempatan kerja di Negara sedang berkembang seperti Indonesia.² Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dianggap sebagai salah satu faktor pendorong dan penopang

¹ Kamar Dagang dan Industri Indonesia, "UMKM Indonesia," *Kadin Indonesia Chamber of Commerce and Industry*, last modified 2024, <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

² Usaha Mikro, Kecil dan, Menengah Umkm, *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)*, 2022.

ekonomi. UMKM juga berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta menggerakkan roda ekonomi Indonesia dan menyebarkan hasil pembangunan ekonomi. Maka para pelaku diharapkan mampu menunjukkan kualitas produk yang diproduksi serta perlu diperhatikan juga dalam sumber daya manusia. Sumber daya manusia berfungsi sebagai alat produksi juga dapat membantu proses produksi dan segala sesuatu usaha perusahaan.

Menurut Hadari Nawawi (2000) dalam sunyoto³ sumber daya manusia salah satunya adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal (Non Materiil) di dalam organisasi bisnis, yang dapat mewujudkan potensi nyata secara fisik dan non fisik dalam wujud eksistensi organisasi atau perusahaan.

Perekonomian Indonesia saat ini masih dibawah rata-rata karena mayoritas pengusaha dan perusahaan masih sulit mengembangkan bisnis, ini juga dikarenakan dampak dari Covid-19 yang menjadikan penurunan perekonomian Indonesia. Salah satu bisnis yang belum mengalami perubahan yaitu industri batik rumahan, karena belum memiliki keunggulan kompetitif yang kuat . Sektor industri batik dan produk batik ini terbukti memiliki resiliensi tantangan ekonomi global yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir.⁴

³ Danag Sunyoto, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Caps, 2012) , hlm. 96.

⁴ Ikm.Kemenperin, “Dongkrak Sektor Industri Batik, Kemenperin Dan YBI Populerkan Bangga Berbatik,” *Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah, Dan Aneka Kementrian Perindustrian*, last modified 2024, <https://ikm.kemenperin.go.id/dongkrak-sektor-industri-batik-kemenperin-dan-ybi-populerkan-bangga-berbatik>.

Dengan demikian, maka industri batik ini harus berbenah dalam menerapkan strategi persaingan agar memiliki keunggulan bersaing. Strategi generik merupakan strategi bersaing perusahaan berdasarkan kedalaman pasarnya, yakni fokus, biaya, diferensiasi. Strategi fokus merupakan alternatif strategi ketiga disamping keunggulan biaya dan diferensiasi, karena dalam implementasinya diferensiasi banyak digunakan apalagi strategi ini selalu terkait dengan segmentasi pasar.⁵

Indonesia memiliki banyak warisan budaya salah satunya yang masih populer sampai saat ini yaitu batik. Batik merupakan salah satu budaya bangsa Indonesia yang adi luhung, batik digunakan oleh masyarakat umum pada awal abad ke-19 serta jenis batik yang diketahui pada saat itu seperti batik tulis, kemudian berkembang seiring waktu menjadi batik cap dan printing batik. Dalam maraknya penggunaan batik tentunya terdapat persaingan yang semakin ketat, setiap UMKM batik harus mampu bertahan dalam kondisi apapun, bahkan harus mempunyai keunggulan produk serta inovasi lainnya dalam produk tersebut. Setiap daerah memiliki ciri khas dari seni dan motif batik tersendiri.⁶

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu sentra produksi batik di Indonesia, terutama di Kecamatan Cipedes mempunyai potensi besar untuk berkembang dan bersaing di pasar lokal maupun global. Batik di kota Tasikmalaya sebelum dikenal oleh masyarakat umum hanya digunakan oleh

⁵ Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik Konsep Dan Alat Analisis*, Kelima. (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2013) , hlm. 257.

⁶ Barin Barlian et al., “Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kualitas Kerja UMKM Kota Tasikmalaya (Studi Kasus UMKM Batik Kota Tasikmalaya)” 7, no. 2 (2022).

kalangan keraton atau kerajaan sebagai pakaian resmi. Akan tetapi, dengan berjalannya waktu batik Tasikmalaya mulai dikenal oleh masyarakat umum sebagai busana sehari-hari dan simbol budaya lokal. Batik Tasikmalaya mampu bersaing dengan daerah lain bahkan batik Tasikmalaya ini menjadi salah satu produk unggulan daerah yang dikenal di dalam dan luar negeri. Batik Tasikmalaya memiliki motif dan ciri khas berbeda dengan daerah lain, dimana batik Tasikmalaya memiliki ciri khas yang unik mencerminkan keindahan seni kain tradisional yang menjadi bagian dari identitas budaya daerah Tasikmalaya.⁷ Beberapa motif yang menjadi unggulan di Kota Tasikmalaya diantaranya, motif Merak Ngibing, Payung geulis, Rereng Peuteuy, Rereng kembang Corong, Sukapura, Rereng Pacul dan Limar. Adapun daerah produksi Batik Tasikmalaya salah satunya di Kecamatan Cipedes diantaranya:

Tabel 1.1 Data UMKM Pengrajin Batik Kecamatan Cipedes Tahun 2024

NO	NAMA UMKM	ALAMAT	KELURAHAN
1	AGNESA BATIK	JL CIROYOM	NAGARASARI
2	PUTRI KEMBAR BATIK	JL CIROYOM	NAGARASARI
3	DEDEN BATIK 1	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
4	GANI BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
5	AGNIA BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
6	ELANG MAS BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
7	MEKAR JAYA BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
8	AGNESA PUTRA BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
9	SALMAN BATIK	JL CIROYOM	NAGARASARI
10	YAYA BATIK	JL CIROYOM	NAGARASARI
11	OOM BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI

⁷ Khoirul Hudah, "Batik Tasikmalaya," *Batik Prabuseno*, last modified 2023, <https://www.batikprabuseno.com/artikel/edukasi/batik-tasikmalaya/>.

NO	NAMA UMKM	ALAMAT	KELURAHAN
12	RIZKY BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
13	ROYALVIN BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
14	NANDA BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
15	NAGARIHARJA BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
16	DAIK BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
17	NIZAR BATIK	JL. CIGEUREUNG	NAGARASARI
18	DEDE BATIK	JL. CIROYOM	NAGARASARI
19	RAFAIL BATIK	JL. CIROYOM	NAGARASARI
20	HARCO BATIK	JL. CIROYOM	NAGARASARI

Sumber:Kecamatan Cipedes (data diolah)⁸

Seiring berkembangnya industri batik semakin ketat persaingan perusahaan yang dihadapi, oleh karena itu perusahaan harus lebih kreatif, inovatif, dan berkualitas. Batik Tasikmalaya sampai saat ini menjadi primadona akan tetapi disamping itu juga memiliki hambatan dan tantangan dalam perusahaannya. Salah satu tantangan batik Tasikmalaya banyaknya pasar ilegal yang masuk ke Indonesia pada tahun 2008.⁹ Batik Tasikmalaya dikenal dengan motif khasnya, akan tetapi di tengah perkembangan teknologi serta persaingan yang ketat para pengrajin menghadapi berbagai tantangan seperti munculnya batik printing yang membuat batik tulis dan cap tergeser.

Di era yang modern ini tentunya konsumen mencari produk batik dengan kualitas yang tinggi dan ramah lingkungan. Dengan adanya batik printing ini menjadikan batik tulis dan cap tergeser karena batik printing ini

⁸ Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Mia Rosmiati selaku Ketua Kasi Ekbang Kecamatan Cipedes.Pada bulan Desember 2024 di Kota Tasikmalaya.

⁹ Barlian et al., "Peranan Kompetensi SDM UMKM dalam Meningkatkan Kualitas Kerja UMKM Kota Tasikmalaya (Studi Kasus UMKM Batik Kota Tasikmalaya)." 7, no. 2 (2022).

diproduksi dengan mesin yang menjadikan waktu produksi lebih cepat dan harga lebih ekonomis. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing produk batik Tasikmalaya maka perlu ditekankan kepada para pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk.¹⁰ Kota Tasikmalaya merupakan daerah yang terkenal dengan batik khasnya seperti Merak Ngibing, Sukapura dan payung. Maka dari itu harus mampu bersaing ditengah maraknya para pelaku UMKM batik di Tasikmalaya. Persaingan yang semakin ketat ini menjadikan cara untuk mengembangkan usahanya, termasuk dalam meningkatkan keunggulan bersaing dengan mempunyai strategi yang tepat untuk bisa memiliki daya saing tersendiri.

Berdasarkan wawancara pada tanggal 30 Desember 2024 bersama ibu Mia selaku Kasi Ekbang dikecamatan Cipedes. Menyatakan bahwa UMKM pengrajin batik di Kecamatan Cipedes masih kurang dari kualitas produk seperti dari pewarnaan yang kurang tahan lama. Dengan adanya batik printing juga menjadikan batik tulis dan cap yang dikelola para pengrajin batik di Kecamatan Cipedes ini mulai tergeser karena dari segi waktu dan harga lebih ekonomis. Masyarakat sekarang kebanyakan mencari kualitas produk itu yang penting harganya murah tanpa melihat dari segi kualitas produknya. Selain itu, asosiasi antar UMKM pengrajin batik

¹⁰ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*, ed. M.Si. M.Nur Rianto Al Arif, S.E. (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA, 2015) , hlm. 25-26.

kurang saling mendorong dalam memajukan usaha satu sama lain, sehingga sulit untuk bisa lebih unggul dari daerah lain.¹¹

Peneliti melakukan wawancara untuk meneliti lebih dalam mengenai UMKM pengrajin batik di Kecamatan Cipedes bersama Kepala Camat Bapak Cecep Ridwan, S.STP., ME., menyatakan bahwa UMKM pengrajin batik di Kecamatan Cipedes sudah berkembang baik, akan tetapi perlu lebih ditingkatkan dari segi kualitas produk yang menjadi salah satu pusat konsumen dalam membeli produk yaitu dari segi pewarnaan produk batik yang dihasilkan kurang tahan lama serta dari bahan yang cepat kusut dan mengkerut sehingga produk batik Kecamatan Cipedes susah untuk bersaing lebih unggul dengan pesaing. Pada dasarnya para pengrajin batik di Kecamatan Cipedes sudah mengikuti beberapa seminar tentang pewarnaan produk batik akan tetapi karena kebiasaan dan kurangnya kesadaran pengrajin batik dalam pewarnaan masih tetap menggunakan warna yang biasa digunakan kemungkinan karena dari harga warna yang standar menjadikan pengrajin batik susah untuk beralih menggunakan pewarna yang lebih bagus.¹²

Penelitian ini akan dilakukan di sentra batik Kecamatan Cipedes, dengan fokus pada analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui strategi peningkatan keunggulan bersaing pada produk batik dengan memberikan rekomendasi dan solusi yang sesuai. Analisis ini diharapkan dapat

¹¹Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Ibu Mia Rosmiati Selaku Ketua Kasi Ekbang Kecamatan Cipedes (*Data Diolah*), 2024.

¹² Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Bapak Cecep Ridwan Selaku Camat Kecamatan Cipedes, 2024.

mengidentifikasi faktor-faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang dihadapi dalam produk batik di Kecamatan Cipedes. Urgensi penelitian ini terletak pada peningkatan kualitas produk batik Tasikmalaya, yang mengalami tantangan dari kualitas penawaran dan persaingan dengan batik printing. Kualitas produk dan persaingan memiliki peran krusial dalam menentukan daya saing dan keberlangsungan usaha. Kualitas produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap merek atau pengrajin tertentu. Batik dengan bahan berkualitas, ketahanan warna yang baik, serta motif yang unik akan lebih dihargai oleh konsumen, baik dalam pasar lokal maupun global. Kualitas yang unggul akan membantu membangun reputasi positif yang akan meningkatkan citra merek dan daya jual produk. Di sisi lain, persaingan dalam industri batik semakin ketat, terutama dengan munculnya berbagai inovasi dari daerah lain seperti Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta. Persaingan yang tinggi mendorong pengrajin untuk terus berinovasi, baik dalam desain, teknik produksi, maupun strategi pemasaran. Tanpa kualitas yang unggul, produk batik akan sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Sebaliknya, tanpa memahami persaingan dan strategi yang tepat, perusahaan bisa kehilangan pangsa pasar dan tertinggal dari pesaing. Oleh karena itu, strategi peningkatan keunggulan bersaing dalam industri batik berfokus dalam meningkatkan kualitas produk, sekaligus

mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi untuk tetap relevan dalam persaingan pasar yang terus berkembang.

Berdasarkan Latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil judul “**Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing Produk Batik Tasikmalaya di Sentra Batik kecamatan Cipedes**”. Dengan analisis SWOT, peneliti ini diharapkan dapat mengetahui strategi keunggulan bersaing produk batik dengan efektif dan tepat, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal yang mempengaruhi produk batik di Kecamatan Cipedes.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana Strategi Meningkatkan Keunggulan bersaing Produk batik Tasikmalaya di Sentra Batik Kecamatan Cipedes?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing produk batik Tasikmalaya di Sentra Batik Kecamatan Cipedes.

D. Kegunaan peneliti

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademisi

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan referensi atau perbandingan penelitian selanjutnya terkait produk batik

hususnya untuk mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi mengenai strategi keunggulan bersaing.

2. Kegunaan Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kajian yang bermanfaat bagi pihak-pihak atau lembaga yang berkepentingan terkhusus di sentra batik. Serta menjadi bahan evaluasi dalam memaksimalkan sentra batik di Kota Tasikmalaya.

3. Kegunaan Umum

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, yaitu pengetahuan mengenai strategi keunggulan bersaing produk batik, serta beberapa hal yang mempengaruhinya. Dan diharapkan bermanfaat untuk hal lainnya seperti referensi, sumber bacaan, dan kutipan.