

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era perkembangan teknologi mengakibatkan tingginya banyak persaingan di dunia industri, baik dari dalam maupun luar negeri. Pertumbuhan teknologi yang pesat dan cepat berdampak kepada pelaku usaha, terkhusus bagi pelaku usaha yang memproduksi sebuah produk. Kondisi tersebut mendorong pengelola usaha untuk dapat melakukan berbagai strategi sebagai upaya memenuhi harapan konsumen dan mendorong konsumen melakukan pembelian produk yang ditawarkan. Sebuah strategi yang tepat berasal dari sebuah analisa yang tepat dengan melihat peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan baik dari eksternal maupun internal perusahaan.

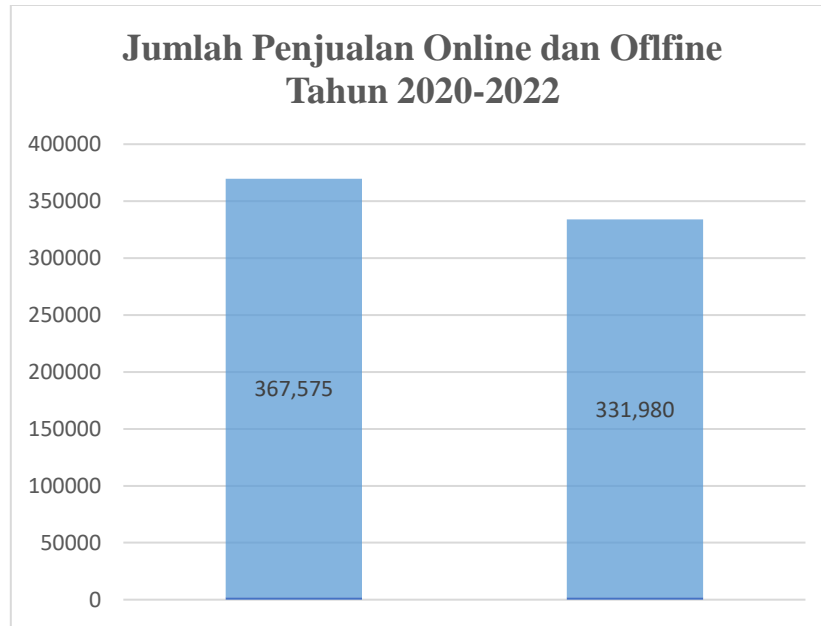
Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang dikenal dengan UMKM merupakan sebuah unit usaha berbasis kemasyarakatan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan menggunakan keterampilan usaha. UMKM memiliki dampak positif bagi masyarakat diantaranya yang tidak hanya berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi local. Selain itu produk UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif tidak hanya mampu bersaing dalam pasar lokal akan tetapi akan mampu menembus pasar global dan berkontribusi pada nilai ekspor. UMKM yang berhasil dan sukses memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Sebuah karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif yang menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung. selain merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, Kota Bandar Lampung merupakan pusat kegiatan perekonomian di Provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar pulau Sumatera dan Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan,

industri dan pariwisata. Terdapat banyak sekali industri UMKM di Kota Bandar Lampung yang memiliki daya saing baik secara lokal maupun global. Salah satunya adalah UMKM batik tulis Deandra.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) batik tulis Deandra merupakan usaha batik tulis mencerminkan ciri khas kedaerahan khas Lampung. Batik tulis Deandra berada di Jl. Garuda Kelurahan Beringin Raya Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung yang berdiri pada tahun 2016 sampai dengan sekarang . Produk yang dihasilkan oleh UMKM batik tulis Deandra merupakan batik tulis handmade tanpa cap dan sentuhan teknologi lainnya dalam proses pemotifan. Keunikan motif batik tulis Deandra tersebut memiliki ciri khas terlihat dari corak-corak batik dengan motif budaya dan hasil bumi Lampung sebagai motif andalan yang di tawarkan kepada konsumen. Selain itu motif kain batik yang dijual di batik tulis Deandra sangat beragam serta mengedepankan budaya dan hasil bumi termasuk keunikan yang ada di Lampung seperti motif cilugam, lada, kopi, siger, gajah dan motif lain yang menjadi ciri khas Lampung dengan mengedepankan konsep *limited edition*, dalam 1 bulan produksi Batik Tulis Deandra bisa memproduksi hingga 50 kain dengan omzet penghasilan mencapai Rp 20 juta per bulan.

Menawarkan produk kepada konsumen, Batik tulis Deandra saat ini bersaing dengan banyaknya usaha-usaha sejenis baik dari dalam maupun luar negeri yang berdampak kepada penjualan. Batik tulis Deandra mengalami naik turunnya persentasi penjualan. Identifikasi tersebut menunjukkan bahwa usaha Batik Tulis Deandra ini masih belum memaksimalkan. Berikut data penjualan UMKM batik tulis Deandra periode 2020-2022 :



Sumber : Data diolah (2022) UMKM

**Gambar 1. 1 Data Jumlah penjualan Batik Tulis Deandra tahun 2020-2022**

Berdasarkan gambar 1.1 data grafik terkait data penjualan Batik Tulis Deandra pada periode 2020-2022, dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan Batik Tulis Deandra bersifat fluktuasi dan tidak menentu setiap tahun nya, dimana terjadi peningkatan dan penurunan penjualan pada Batik Tulis Deandra dimana terjadi peningkatan dan penurunan penjualan produk Batik Tulis Deandra selama periode 2020 hingga periode tahun 2021. Berdasarkan grafik penjualan tersebut muncul sebuah urgensi penelitian yang bertujuan mengetahui akar permasalahan atau kondisi yang menyebabkan penjualan menurun dan mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang cocok digunakan pada Batik Tulis Deandra dalam upaya peningkatan penjualan produknya. Adapun hasil analisis pada penelitian ini bisa digunakan pemilik dan karyawan pada Batik Tulis Deandra sebagai petunjuk dan evaluasi bagi pemilik usaha tersebut untuk selalu meng-upgrade strategi pemasaran yang digunakan dalam proses penjualan produk Batik.

Sebuah perencanaan strategi pemasaran yang tepat adalah menggunakan metode SWOT yang memperhatikan semua faktor internal lingkungan dan eksternal usaha sehingga dapat meningkatkan penjualan Batik Tulis Deandra. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats*) yang diterapkan dipenelitian ini dilaksanakan secara internal dan eksternal perusahaan. Adapun untuk mengetahui berbagai hal yang termasuk ke

dalam kekuatan dan kelemahan dari usaha dilakukan melalui analisis internal, sedangkan untuk mengetahui peluang yang dapat diambil dan ancaman yang mampu dihadapi oleh usaha tersebut dilakukan melalui analisis eksternal.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada Batik Tulis Deandra guna peningkatan penjualan produk Batik Tulis, maka dibutuhkan suatu pelaksanaan penelitian yaitu dalam mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh Batik Tulis Deandra dalam menghadapi pasar serta strategi apa yang perlu dilakukan agar bisa menghadapi para pesaing untuk lebih unggul. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PADA BATIK TULIS DEANDRA BANDAR LAMPUNG DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT”**

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, didapatkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Batik Tulis Deandra?
2. Bagaimana hasil SWOT untuk permasalahan pada Batik Tulis Deandra?
3. Bagaimana strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Batik Tulis Deandra?

## **1.3 Ruang Lingkup penelitian**

Perumusan masalah diatas, maka ruang lingkup dalam penelitian sebagai berikut:

### **1.4.1. Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah Batik Tulis Deandra

### **1.4.2. Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Dengan Metode Swot pada Batik Tulis Deandra Bandar Lampung

### **1.4.3. Ruang Lingkup Tempat**

Penelitian ini akan dilakukan pada wilayah Bandar Lampung

### **1.4.4. Ruang Lingkup Waktu**

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2023 sampai selesai

#### **1.4.5. Ruang Lingkup ilmu pengetahuan**

Ruang lingkup ini mengacu pada ilmu manajemen pemasaran yang membahas tentang teori Strategi dan Analisis SWOT pada Batik Tulis Deandra.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah dan latar belakang maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Batik Tulis Deandra Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui hasil Analisa SWOT untuk permasalahan pada Batik Tulis Deandra Bandar Lampung
3. Merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan Usaha Batik Tulis Deandra Bandar Lampung

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis dengan Menggunakan Metode Swot pada Batik Tulis Diendra Bandar Lampung yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi beberapa pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa
  - a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi media pembelajaran secara nyata dan factual bagi peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah
  - b. Dengan penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat lebih memahami teori-teori yang mempengaruhi lingkungan bisnis jasa Batik Tulis Deandra
2. Manfaat Bagi Pemilik Usaha  
Menjadi bahan pertimbangan, pemikiran dan saran yang bermanfaat bagi pemilik usaha
3. Manfaat Bagi Institusi  
Penelitian ini dapat menambah referensi keilmuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran bagi perpustakaan IIB Darmajaya

### **1.6 Sistematik Penulisan**

Penulisan ini akan terbagi dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan gambaran singkat mengenai penelitian diantaranya latar belakang, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini mencakup tentang teori-teori yang mendukung penelitian seperti tentang strategi dan analisis metode SWOT dan kerangka berpikir dalam penyusunan penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data (SWOT).

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini mahasiswa mendemonstrasikan Pegetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada Bab II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan atau rancangan atau model atau teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas dengan tujuan penelitian.

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memuat simpulan yang merupakan kesimpulan-kesimpulan yang menjelaskan tentang temuan masalah dan solusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan serta saran bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**