

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri tanpa ada orang lain. Setiap orang dalam memenuhi kebutuhannya memerlukan interaksi dengan sesama. Manusia memiliki beberapa kebutuhan dalam hidupnya yaitu kebutuhan pokok dan kebutuhan tambahan atau sekunder yang mana kebutuhan tersebut tidak akan ada habisnya. Dewasa ini dalam upaya memenuhi kebutuhan, manusia harus bekerja agar kebutuhan tersebut dapat tercapai. Disaat banyak orang memerlukan pekerjaan akan tetapi lapangan pekerjaan yang tersedia tidak memadai dan jumlahnya lebih sedikit dari jumlah angkatan kerja. Lapangan pekerjaan yang tersedia telah diisi oleh individu yang berpendidikan dan mempunyai keahlian. Akibatnya angkatan kerja yang tidak memenuhi kapasitas tersebut beralih ke bidang industri atau membuka bisnis usaha lantaran hal tersebut merupakan tempat yang produktif bagi mereka.¹

Dunia bisnis saat ini telah berkembang pesat dilihat melalui banyaknya pertumbuhan bisnis usaha yang masyarakat lakukan. Hal tersebut dapat menimbulkan persaingan diantara para pengusaha. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis usaha perlu adanya perencanaan dan strategi yang

¹I Gusti Ketut Purnaya, *Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 16.

tepat guna tercapainya tujuan usaha.² Salah satu model kegiatan dalam berbisnis yaitu UMKM merupakan usaha berbasis masyarakat yang diciptakan atas dasar inisiatif seseorang. Sebagian masyarakat berasumsi bahwa didirikannya UMKM hanya akan membawa manfaat bagi masyarakat tertentu saja. Padahal kehadirannya memiliki peran penting untuk meminimalkan tingkat pengangguran di Indonesia. UMKM bisa menarik banyak tenaga kerja Indonesia yang belum memiliki pekerjaan. Selain dapat membantu mengentaskan kemiskinan, partisipasi UMKM sudah sampai pada meningkatnya pendapatan asli daerah dan pendapatan negara.³

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sudah merambah ke berbagai bidang usaha salah satunya adalah produsen Batik. Di Kabupaten Kediri banyak tempat yang memproduksi atau pengrajin batik meskipun tidak sebesar kota-kota pengrajin batik lainnya. Salah satu tempat produksi batik yang berada di Kabupaten Kediri adalah Batik Esri yang bertempat di Desa Besuk Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri yang sudah berdiri dari tahun 2003. Batik yang diproduksi Batik Esri mempunyai jenis beragam, mulai dari Batik Tulis, Batik Print, Batik Cap sampai batik campuran antara Tulis dan Cap. Banyaknya produsen atau pengrajin batik di Kabupaten Kediri lainnya membuat persaingan dalam hal memproduksi batik menjadi sengit.

Dalam persaingan yang dihadapi UMKM Batik Esri tersebut perlu strategi produksi yang baik dan tepat dalam memproduksi kain batik guna bersaing dalam pasar dan tercapainya target penjualan. Volume penjualan

²Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, Edisi III, 2011), 58.

³Sri Handini, dkk, *Manajemen UMKM dan Koperasi* (Surabaya: Universitas Dr. Soetomo, 2019), 19.

dapat ditentukan dengan penentuan strategi produk yang tepat.⁴ Pemilik usaha perlu memperhatikan barang atau jasa apa yang akan diproduksi, cara apa yang akan digunakan untuk memproduksinya sampai berapa banyak produk atau jasa tersebut akan diproduksi sehingga dapat mencapai pembiayaan minimal.⁵

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan semakin banyak jenis usaha serupa membuat persaingan diantara UMKM Batik yang ada di Kediri semakin tinggi terutama dalam hal produksi batik. Pemilik usaha harus memiliki strategi produksi yang tepat mulai dari teknologi yang digunakan, *Standard Operating Procedure* (SOP), proses pengerjaan sampai instruksi kerja yang dilakukan kepada pekerja untuk membuat produk menarik yang memiliki ciri khas atau karakteristik sendiri agar dapat menarik minat konsumen. Penyusunan strategi produksi yang dilakukan UMKM Batik Esri dalam menarik, mempertahankan konsumen hingga meningkatkan penjualan sangat penting mengingat banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama.

Kegiatan produksi adalah aspek penting bagi produsen batik karena produksi adalah tempat untuk membuat ciri khas motif atau karakteristik dari kain batik. Produsen batik tentunya harus memperhatikan karakteristik, warna, motif dan corakapa yang akan dibuat sehingga menarik perhatian konsumen dan membeli kain batik tersebut. Oleh karena itu, proses produksi batik sangat menentukan jumlah penjualan.

Strategi produksi yang selama ini dijalankan oleh UMKM Batik Esri menggunakan ciri khas motif lokal khas Kabupaten Kediri dan motif

⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), 1.

⁵I Gusti Ketut Purnaya, *Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 20.

kontemporer yaitu motif yang tidak terpaku dengan motif pakem. Motif lokal dipilih karena Ibu Herlin ingin melestarikan ciri khas kebudayaan dan unsur-unsur Kabupaten Kediri. Motif kontemporer dipilih karena tidak banyak digunakan oleh produsen di Kabupaten Kediri. Alasan lainnya karena motif tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas yang ingin menggunakan kain batik dengan sentuhan modern tanpa meninggalkan unsur tradisional dari batik tersebut.⁶

Jenis-jenis motif diantaranya adalah Motif Panji, Motif Nanas, Motif Simpang Lima Gumul (SLG), Motif Gringsing, Motif wayang dll. UMKM Batik Esri juga menerima pesanan motif kustom dari para konsumen. Ibu Herlin juga menggambar batik dengan motif yang menyatu dimana hal tersebut dapat memudahkan konsumen dalam menjahit kainnya. Hal tersebut dilakukan Ibu Herlin karena ingin memberikan yang terbaik kepada para konsumen. Selanjutnya warna motif yang digunakan adalah corak warna yang kuat dan tajam seperti merah, hitam dan lain-lain. Warna tersebut dipilih karena motif yang ada di dalam kain batik dapat dilihat secara jelas dan detail.⁷

Sesuai observasi peneliti di wilayah Kota/Kabupaten Kediri terdapat beberapa UMKM produsen atau pengrajin batik yang tersebar di wilayah Kota atau Kabupaten Kediri. Peneliti mengambil data dengan melakukan perbandingan terhadap empat UMKM produsen batik berbeda yang sudah memiliki *branding* di masyarakat atau peminat batik di Kabupaten Kediri, diantaranya yaitu UMKM Batik Esri di Kecamatan Gurah, UMKM Batik

⁶Observasi di UMKM Batik Esri, pada 1 Oktober 2022.

⁷Observasi di UMKM Batik Esri, pada tanggal 31 September 2022.

Asta Dadapan Indah di Kecamatan Ngasem, Batik Cittaka Dhomas di Kecamatan Pagu dan Batik Numasta di Mojoroto Kota Kediri. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, diperoleh data perbandingan sebagai berikut:⁸

Tabel 1.1
Perbandingan UMKM Batik Esri, UMKM Batik Asta Dadapan Indah, Batik Cittaka Dhomas dan Batik Numasta di Kota/Kabupaten Kediri Tahun 2022

Keterangan	Batik Esri	Batik Cittaka Dhomas	Batik Asta Dadapan Indah	Batik Numasta
Alamat	Dsn. Banjarjo RT.03/RW.05 Ds. Besuk, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri.	Ds. Menang RT.01/RW.03, Kecamatan Pagu, Kabupaten Kediri.	Dsn. Dadapan RT.19/RW.04 Ds. Sumberejo Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri.	Griya Intan Permai JD No.80, Dermo, Mojoroto, Kota Kediri.
Nama Pemilik	Ibu Herlin Puspitasari	Bapak Adi Wahyono	Bapak Adi Putra Wijaya	Ibu Nunung Wiwin A.
Tahun Berdiri	2003	2011	2016	2015
Produk Batik	Batik Tulis, Batik Print, Batik Cap dan Batik Kombinasi	Batik Tulis	Batik Tulis dan Batik Cap	Batik Tulis dan Batik Cap
SDM	4 karyawan	4 karyawan	10 karyawan	8 karyawan
Harga	Rp 70.000-5.000.000	Rp 750.000-2.500.000	Rp 150.000-7.500.000	Rp 280.000-1.700.000
Proses Pengerjaan (produksi)	Sistem borong, harian, pesanan dan stok	Sistem borong, pesanan, stok	Sistem borong, pesanan, harian dan stok	Sistem borong dan stok

Sumber data: observasi terhadap pemilik usaha batik di Kota/Kab Kediri

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat perbandingan antara keempat produsen batik. Perbedaan terdapat pada tahun berdiri, produk batik, sumber daya manusia yang dimiliki, harga hingga proses pengerjaan. Dilihat melalui tabel tersebut, UMKM Batik Esri memiliki jumlah karyawan lebih sedikit

⁸Observasi di UMKM Batik Esri, UMKM Batik Asta Dadapan Indah, Batik Cittaka Dhomas dan Batik Numasta, pada 2 Oktober 2022.

dengan jenis batik yang paling banyak diproduksi dan kisaran harga awal yang murah dibandingkan dengan produsen batik lainnya.

Tabel 1.2
Data Penjualan UMKM Batik Esri, UMKM Batik Asta Dadapan Indah dan Batik Cittaka Dhommas selama tiga bulan terakhir Tahun 2022

Nama	Data Penjualan		
	Juli	Agustus	September
Batik Esri	Rp 41.110.000	Rp 41.275.000	Rp 41.050.000
Batik Cittaka Dhommas	Rp 18.750.000	Rp 37.500.000	Rp 34.800.000
Batik Asta Dadapan Indah	Rp 40.250.000	Rp 39.800.000	Rp 40.500.000

Sumber: wawancara dengan pemilik produsen batik⁹

Berdasarkan tabel 1.2 data penjualan UMKM batik di wilayah Kota/kabupaten Kediri, UMKM Batik Esri meskipun dengan jumlah sumber daya manusia atau karyawan yang lebih sedikit dan produk batik yang lebih banyak diproduksi daripada UMKM batik lainnya. Penjualan UMKM Batik Esri merupakan yang tertinggi daripada UMKM batik lainnya dengan rata-rata Rp 41.145.000 perbulannya.

Hal tersebut karena strategi produksi yang digunakan UMKM Batik Esri. Pada tahun 2019 UMKM Batik Esri menerapkan strategi baru dengan alasan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. UMKM Batik Esri menggunakan strategi produksi baru tersebut agar dapat memanfaatkan waktu yang dimiliki sebaik mungkin. Penerapan strategi produksi tersebut menyebabkan kenaikan penjualan seperti data berikut:

⁹Wawancara dengan UMKM Batik Esri, UMKM Batik Asta Dadapan Indah, Batik Cittaka Dhommas dan Batik Numasta, pada 8 Oktober 2022.

Tabel 1.3
Data Penjualan UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah
Kabupaten Kediri

Tahun	Pendapatan
2017	Rp 300.750.000
2018	Rp 352.000.000
2019	Rp 360.500.000
2020	Rp 200.550.000
2021	Rp 290.750.000

Sumber: wawancara dengan pemilik UMKM Batik Esri¹⁰

Berdasarkan tabel 1.3 data penjualan UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri selama lima tahun terakhir menyatakan bahwa pada tahun 2017-2019 pendapatan perusahaan mengalami kenaikan dan rata-rata per tahun dapat mencapai Rp 337.750.000,-. Pada tahun 2020 penjualan mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan semua jenis sektor termasuk sektor ekonomi mengalami dampak dari adanya pandemi Covid-19. Hal tersebut membuat produksi kain batik menjadi menurun karena kurangnya permintaan dari konsumen. Pada tahun 2021 ditengah pandemi Covid-19 penjualan mengalami peningkatan meskipun belum sebanyak tahun-tahun sebelumnya. Kenaikan penjualan tersebut disebabkan oleh strategi produksi yang dilakukan dengan tetap memperhatikan pelayanan konsumen dan kualitas produk yang selalu terjaga sehingga UMKM Batik Esri memiliki nama yang baik dimata pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah disebutkan, penulis mengambil tema penelitian yang berjudul **“STRATEGI PRODUKSI BATIK ESRI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS DI UMKM BATIK ESRI DESA BESUK KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI)”**.

¹⁰Wawancara dengan Ibu Herlin selaku pemilik UMKM Batik Esri, pada 30 September 2022.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian konteks penelitian tersebut, maka penulis memfokuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Produksi yang dilakukan UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana Strategi Produksi UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri Dalam Meningkatkan Penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian yang ada, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Produksi yang dilakukan UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Produksi UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri Dalam Meningkatkan Penjualan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini manfaat yang diharapkan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini hendaknya bermanfaat dalam membawa wawasan, informasi, pengetahuan serta rujukan bagi semua pihak khususnya mengenai strategi produksi dalam berperan meningkatkan penjualan pada UMKM.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian bagi peneliti diharapkan dapat menambah pemahaman dan ilmu pendidikan yang diperoleh selama dalam bangku perkuliahan yaitu lebih memahami dan mengetahui mengenai strategi produksi yang digunakan dalam peningkatan penjualan.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan wawasan dan informasi kepada peneliti selanjutnya dan kepada lembaga atau instansi terkait tentang bagaimana strategi produksi dalam meningkatkan penjualan pada suatu UMKM.

c. Bagi Organisasi atau Perusahaan

Hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan manfaat oleh organisasi atau perusahaan dalam menambah wawasan dan informasi mengenai strategi produksi yang digunakan UMKM batik dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

d. Bagi Pemilik Usaha

Kegunaan dari hasil penelitian bagi pemilik usaha adalah dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan yang diharapkan usahanya terus meningkat dan berkembang menjadi lebih besar.

E. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang meneliti tentang strategi dan penjualan. Akan tetapi, terdapat beberapa indikator yang membedakan dari penelitian

sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, antara lain sebagai berikut:

1. Dalam penelitian dengan judul “Strategi Produksi Garam UD.Rahayu Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di UD. Rahayu Desa Bogem Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri)” yang dikarang oleh Miftakhul Jannah Tahun 2020.¹¹

Dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi produksi garam UD. Rahayu dalam meningkatkan penjualan yang ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah keduanya mengkaji strategi produksi. Kedua metode penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, dan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di UD. Rahayu Desa Bogem Kecamatan Gurah sedangkan penelitian saat ini melakukan penelitian di UMKM Batik Esri Desa Besuk Kecamatan Gurah. Dari segi perspektif, pada penelitian sebelumnya menggunakan perspektif ekonomi islam, sebaliknya dalam penelitian saat ini tidak menggunakan perspektif.

2. Dalam penelitian yang berjudul “Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit Di Banyuwangi” yang dikarang oleh Vivin Triyani pada tahun 2017.¹²

¹¹Miftakhul Jannah, *Strategi Produksi Garam UD.Rahayu Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di UD. Rahayu Desa Bogem Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2020).

¹²Vivin Triyani, *Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit Di Banyuwangi*, (Jember: Universitas Negeri Jember, 2017).

Penelitian ini membahas mengenai implementasi strategi produksi yang dilakukan untuk mempertahankan produk batik agar dapat bersaing dengan pesaingnya. Implementasi dalam penerapan strategi produksi sendiri adalah tugas pemimpin untuk dikomunikasikan dan mengimplementasikan strategi yang akan dilakukan bersama karyawan. Implementasi dapat menjadi kunci sukses dari manajemen strategi produksi jika dilakukan dengan benar dan tepat. Persamaan yang terdapat pada penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini adalah keduanya mengkaji tentang bagaimana upaya strategi produksi dalam mempertahankan perusahaan yang tentunya akan meningkatkan penjualan. Selain itu, penelitian keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama meneliti tentang tempat usaha produksi batik. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan di Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi sedangkan penelitian saat ini dilakukan di industri Batik Esri di Kediri.

3. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Produksi Krupuk Uyel Ditinjau Dari Produksi Islam (Studi Kasus Pada *Home Industry* Krupuk Di Desa Kesamben Kec. Kesamben Kab. Jombang)” yang dikarang oleh Nurul Lailatul Qibtiyah tahun 2018.¹³

Penelitian ini mengkaji bagaimana analisis produksi yang digunakan krupuk uyel pada *home industry* krupuk di Desa Kesamben. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kegiatan produksi yang dilakukan untuk membuat krupuk uyel menggunakan bahan baku

¹³Nurul Lailatul Qibtiyah, *Analisis Produksi Krupuk Uyel Ditinjau Dari Produksi Islam (Studi Kasus Pada Home Industry Krupuk Di Desa Kesamben Kec. Kesamben Kab. Jombang)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2018).

yang aman dikonsumsi sehingga krupuk tetap terjaga dari segi rasa, kualitas dan kerenyahannya. Pemilihan bahan baku yang terjamin kualitasnya semata-mata adalah dengan menjaga *branding* kepada konsumen dikala banyaknya pesaing krupuk lain. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah keduanya meneliti tentang strategi produksi. Sedangkan perbedaannya penelitian sebelumnya menggunakan tinjauan produksi Islam sedangkan penelitian ini tidak. Mengenai lokasi penelitian sebelumnya berada di Kabupaten Jombang, sedangkan penelitian saat ini berada di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.

4. Dalam penelitian “Penerapan Strategi Pemasaran *Stand* Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Bandar Kidul-Kota Kediri)” yang dikarang oleh Riska Dinda Aulia pada tahun 2022.¹⁴

Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi pemasaran Tenun Ikat Medali Mas yang menerapkan *stand* pameran dalam upaya meningkatkan penjualan. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil penelitian yang menjelaskan bahwa penerapan *stand* pameran tersebut berhasil membawa Tenun Ikat Medali Mas lebih unggul daripada pesaingnya. Kesamaan antara penelitian yang dilakukan terlebih dahulu dengan penelitian saat ini adalah dalam meningkatkan penjualan banyak aspek yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Persamaan lainnya adalah penggunaan metode kualitatif dalam penelitian. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada strategi dalam meningkatkan penjualan, pada penelitian yang sudah ada

¹⁴Riska Dinda Aulia, *Penerapan Strategi Pemasaran Stand Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Bandar Kidul-Kota Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2022).

menggunakan strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini menggunakan strategi produksi. Dari segi objek penelitian, penelitian sebelumnya objeknya adalah Tenun Ikat Medali Mas, sedangkan penelitian sekarang adalah tempat produksi batik yaitu Batik Esri.

5. Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Ikilo Seblak Cabang Kediri)” yang dikarang oleh Dewi Ela Ratna pada tahun 2022.¹⁵

Penelitian ini mengkaji faktor strategi pemasaran yang digunakan oleh Ikilo Seblak berperan aktif dalam meningkatkan penjualan produk. Penggunaan strategi pemasaran dan tingkat promosi yang tepat tentunya akan memengaruhi tingkat penjualan. Persamaan yang terdapat pada penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini adalah keduanya mengkaji tentang bagaimana upaya meningkatkan penjualan suatu produk usaha serta peran salah satu strategi yang dijalankan. Selain itu, penelitian keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya berasal dari penggunaan strategi yang berbeda dan objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya dilakukan di Ikilo Seblak Cabang Kediri sedangkan penelitian saat ini dilakukan di industri Batik Esri.

¹⁵Dewi Ela Ratna, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Ikilo Seblak Cabang Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2022).