

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang dari penelitian, tujuan dilakukannya penelitian serta rumusan masalah dan sistematika penulisan terhadap penelitian yang dilakukan.

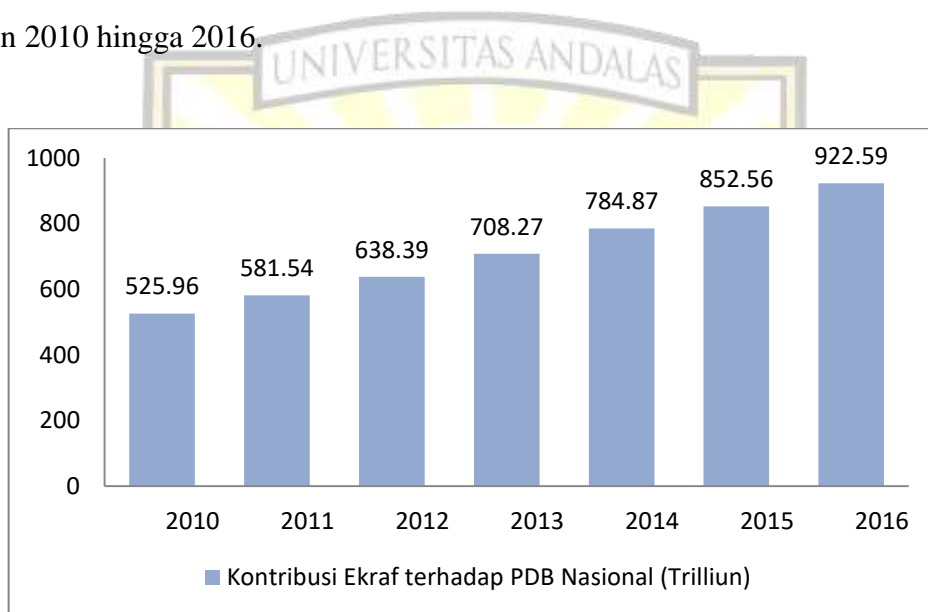
1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia. Perkembangan UMKM dapat memberikan peluang untuk menekan angka kemiskinan dalam sebuah negara. Tak jarang UMKM juga dijadikan sebuah indikator penentu keberhasilan perekonomian suatu negara. Jika dilihat perkembangan data pada tahun 2018, walaupun UMKM hanya menyumbang 60,90 persen dalam output nasional atau PDB namun merupakan penyumbang unit usaha terbesar untuk tenaga kerja yaitu 99,9 persen serta 97 persen (www.depkop.go.id).

Salah satu jenis usaha yang dapat dikategorikan sebagai UMKM ialah industri kreatif. Menurut Departemen perdagangan (2007) industri kreatif ialah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan maupun bakat dari seorang individu yang digunakan untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta dari individu tersebut. Di Indonesia, kebijakan yang mengatur tentang industri kreatif dituangkan dalam bentuk Instruksi Presiden RI nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Industri kreatif. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Industri kreatif dapat dikategorikan dalam 16 sektor yaitu periklanan, kerajinan, arsitektur, desain, pasar seni dan barang antik, *fashion* (model), film dan fotografi, permainan interaktif, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan

komputer dan piranti lunak, musik, radio dan televisi, desain komunikasi visual, periklanan, serta yang terakhir ialah riset dan pengembangan.

Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia dapat dibilang sangat baik. Data BPS yang dikonversi kedalam PDB pada tahun 2016 menunjukkan bahwa industri kreatif tumbuh sebesar 4.95% dan menunjukkan terciptanya pendapatan sebesar 922.59 triliun rupiah, serta memberikan kontribusi sebesar 7.44% terhadap total perekonomian nasional. Persentase ini meningkat dari tahun – tahun sebelumnya. **Gambar 1.1** menunjukkan kontribusi ekonomi kreatif dalam PDB nasional dari tahun 2010 hingga 2016.



Gambar 1.1 Kontribusi Ekonomi Kreatif dalam PDB Nasional
(Sumber : Badan Ekonomi Kreatif)

Wilayah Sumatera merupakan pulau dengan penyumbang industri kreatif terbesar kedua setelah Pulau Jawa. Pengembangan industri kreatif yang difokuskan utamanya ialah dalam sektor *fashion*. Tercatat bahwa di Sumatera Barat beberapa industri kreatif yang termasuk dalam sektor *fashion* berpotensi di wilayah ialah industri kreatif batik tenun, songket, sulam dam border. Penggunaan batik pada saat ini telah menjadi bagian dari masyarakat. Tidak hanya digunakan dalam acara tertentu saja, batik juga menjadi salah satu jenis seragam wajib bagi PNS maupun siswa sekolah. Didukung oleh faktor kebudayaan, batik di Sumatera Barat mempunyai peluang pengembangan yang baik. Hal ini diketahui dengan

tingginya permintaan pasar namun tidak dapat dipenuhi oleh produksi lokal (Herwandi dkk, 2016).

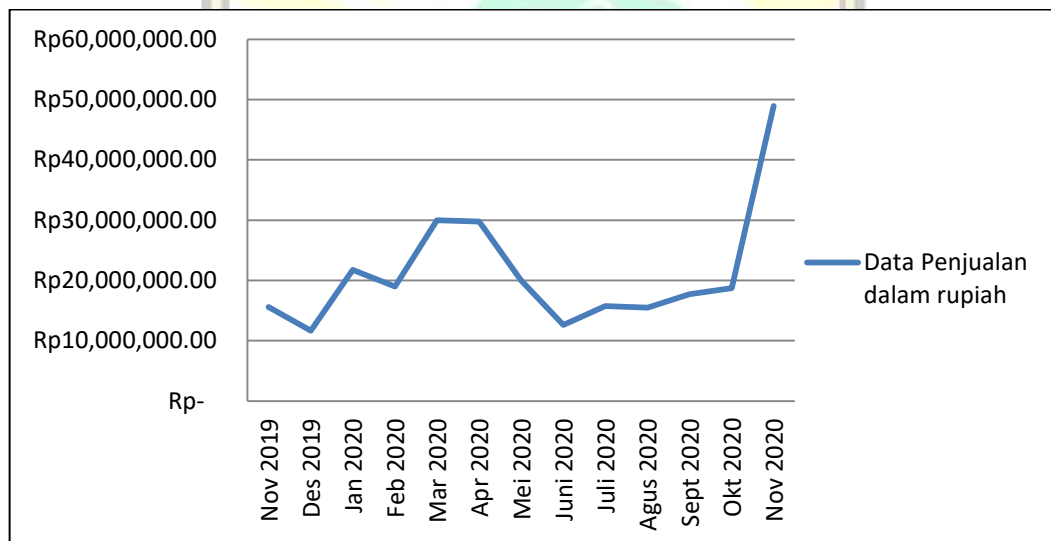
Sebagai salah satu jenis UMKM, industri batik butuh dengan adanya kebijakan - kebijakan dari pemerintah untuk pengembangannya. Di wilayah Sumatera Barat sendiri sudah sering dilakukan pelatihan yang bekerjasama dengan Balai Diklat Industri (BDI) dibawah Kementrian Perindustrian Indonesia yang berpusat di padang untuk bagian fesyen. Selain pelatihan juga dilakukan pameran peragaan busana batik yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap pengembangan produk lokal sekaligus menjadi potensi pengembangan ekonomi serta wisata daerah.

Canting Buana Kreatif merupakan salah satu industri kreatif di Sumatera Barat yang bergerak pada usaha produksi, dagang, serta pelatihan batik tulis dan cap. Usaha yang didirikan oleh Ibu Widdiyanti ini berlokasi di Gang Manungal Jl. Bandes II RT X No.69 Kelurahan Silaing Bawah, Kecamatan Padang Panjang Barat, Padang Panjang. Berawal dari tahun 2009, Canting Buana Kreatif didirikan Ibu Widdiyanti sebagai usaha sampingan karena Ibu Widdiyanti juga merupakan dosen ISI Padang Panjang yang mengajar mata kuliah batik. Berasal dari keinginan pendiri untuk mengenalkan batik tulis maupun cap, usaha batik Canting Buana Kreatif ini batik semakin banyak peminatnya. Arti kata Canting yang berkaitan dengan batik tulis dan Buana yang berarti bumi mengisyaratkan bahwa usaha ini didirikan dengan tujuan menjadikan batik yang merupakan budaya bangsa kemudian dipadukan dengan kreatifitas dapat menjadi bagian dari kehidupan masyarakat pada saat sekarang ini.

Produk yang dihasilkan Canting Buana Kreatif berupa produk ecoprint, bahan baju ecoprint, batik tulis, dan batik cap. Produk ecoprint yang ditawarkan seperti syal, salendang, kipas, payung serta bahan baju ecoprint yang berbahan dasar sutra, rayon viscos, krenkel dan shantung. Harga yang ditawarkan Canting Buana Kreatif untuk produknya berkisar antara Rp.75.000,00- sampai dengan Rp. 1.000.000,00-. Keunggulan yang ditawarkan oleh Canting Buana Kreatif ialah

memiliki khas motif – motif batik tersendiri yang disesuaikan dengan pesanan konsumen. Motif yang dibuat oleh Canting Buana Kreatif bisa dikatakan merupakan motif *limited edition*. Batik lukis yang telah dibuat tidak akan dibuat lagi dengan motif yang sama dikemudian hari. Warna yang digunakan dalam proses pembuatan batik juga berasal dari warna – warna alam sehingga ramah lingkungan. Saat ini sasaran pasar Canting Buana Kreatif ialah golongan ekonomi menengah keatas dengan pasar utama ialah pekerja kantoran ataupun petinggi daerah khususnya laki – laki.

Berikut ditampilkan data penjualan Canting Buana Kreatif pada bulan November 2019 hingga November 2020 pada **Gambar 1.2** dibawah ini.



Gambar 1.2 Data Penjualan Usaha Canting Buana Kreatif

Penjualan Canting Buana Kreatif cenderung meningkat tiap bulannya jika dilihat dari tabel di atas. Walaupun tidak menutup kemungkinan adanya penurunan namun nilainya tidak signifikan. Penurunan terbesar dirasakan Canting Buana Kreatif ketika kondisi pandemi mulai terjadi namun hal tersebut dapat diatasi oleh pemilik. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan batik meningkat dengan berjalannya waktu dan Canting Buana Kreatif cenderung berpotensi untuk mengembangkan usahanya.

Didukung oleh potensi pasar yang besar, tentu setiap usaha akan berusaha untuk menguasai pangsa pasar. Setiap usaha akan menciptakan inovasi serta strategi untuk bersaing dalam menghadapi lingkungan bisnis yang makin dinamis. Usaha batik yang telah berkembang di Sumatera Barat ada 6 usaha yaitu usaha Pondok Batik, Citra Mandiri Sitiung, Tanah Liek Supangat, Tanah Liek Wirda Hamin, Batik Tanah Like Jl. Aru dan Ayesha Rumah Batik Tanah Liek. Selain pesaing diatas terdapat juga pesaing tidak langsung seperti batik printing. Pada saat ini masih banyak masyarakat yang memakai batik printing yang notabeneanya bukanlah sebuah batik melainkan hanyalah kain bermotif batik (Oscario, 2014) . Salah satu penyebabnya ialah ketidaktahuan masyarakat mengenai perbedaannya serta harga batik printing yang cenderung murah dikarenakan proses produksinya yang cepat dan massal. Permasalahan ini dapat mengancam eksistensi batik yang sebenarnya dan membuat orang – orang tidak mengenal teknik, nilai dan fungsi batik pada masa dahulu diciptakan (Nawawi, 2018). Karena batik sejatinya bukan hanya sekedar pakaian bermotif melainkan identitas bangsa Indonesia (Iskandar dan Eny Kustiah, 2017).

Permasalahan lainnya yang dihadapi industri kreatif Canting Buana Kreatif ialah bidang pemasaran. Pemasaran yang telah dilakukan Canting Buana Kreatif masih bersifat *mouth to mouth* di pameran ataupun pelanggan yang datang mengetahui usaha berdasarkan kepuasan konsumen sebelumnya dan belum mengoptimalkan konsep *digital marketing* seperti penjualan di *market place*. Namun, baru – baru ini pemasaran Canting Buana Kreatif juga dibantu oleh saluran informasi Padang seperti PadangTV. Hal ini tentu menjadi salah satu peluang besar bagi pengembangan daerah serta peningkatan pariwisata di Kota Padang Panjang.

Berdasarkan berbagai potensi dan kendala diatas, maka penting bagi usaha untuk memanfaatkan pengembangan potensi yang dimiliki dengan menentukan strategi perencanaan pengembangan usaha yang tepat agar dapat memaksimalkan peluang serta meminimalkan kendala yang ada. Strategi pengembangan juga dilakukan dalam rangka pembaruan serta penyempurnaan strategi jangka panjang

dalam rangka menghadapi perubahan – perubahan yang terjadi pada usaha Canting Buana Kreatif agar dapat menghadapi persaingan industri saat ini.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana formulasi strategi bisnis untuk pengembangan usaha Canting Buana Kreatif.

1.3. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah menentukan rancangan strategi pengembangan usaha Canting Buana Kreatif.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data historis yang digunakan ialah data penjualan dari November 2019.
2. Penelitian ini hanya dilakukan sampai dengan perumusan strategi bagi usaha Canting Buana Kreatif.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan mengenai studi literatur yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang cara dan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan tentang pengumpulan serta pengolahan data berupa analisis lingkungan usaha dalam penentuan strategi pengembangan industri kreatif Canting Buana Kreatif.

BAB V PERUMUSAN STRATEGI

Berisikan tentang tahapan perumusan strategi pengembangan usaha

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yaitu strategi yang digunakan serta saran untuk penelitian berikutnya.

