

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, teknik pada penggunaan pewarna kain menggunakan bahan alam semakin maju dengan cara baru, salah satunya adalah *ecoprint*. *Ecoprint* merupakan suatu proses mentransfer bentuk dan warna pada permukaan kain [1]. Bahkan, suatu penelitian menyatakan bahwa “pewarna alam sudah digunakan sejak tahun 1600-an” [2]. Beberapa hal juga sering dikaitkan dengan isu-isu lingkungan, karena warna alam dinilai lebih ramah lingkungan. Isu-isu lingkungan menjadikan eco print sebagai salah satu produk yang mendukung gerakan cinta lingkungan.

Popularitas batik *ecoprint* meningkat pesat di Indonesia pada tahun 2017. Batik *ecoprint* ini dapat dijadikan tren gaya hidup masyarakat ramah lingkungan karena batik *ecoprint* menggunakan bahan dan bunga yang berasal dari alam. Produk yang dihasilkan berupa lembaran kain dan produk fashion, memiliki nilai tambah dalam budaya lokal yang ramah lingkungan [3]. *Ecoprint* belakangan ini telah menjadi salah satu trend dalam bidang pewarnaan dan pembuatan motif pada tekstil. Sejiwa *Ecoprint* merupakan salah satu usaha *ecoprint* yang ada di Kota Madiun. Karena banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama di Kota Madiun, menyebabkan pendapatan UMKM Sejiwa *Ecoprint* yang cenderung tidak stabil. Terlampir data penjualan UMKM Sejiwa *Ecoprint*.

Tabel 1.1 Omset Penjualan UMKM Sejiwa *Ecoprint*
Agustus 2022 s/d Desember 2023

No	Bulan	Pendapatan
1	Agustus 2022	Rp 8,000,000
2	September 2022	Rp 5,000,000
3	Oktober 2022	Rp 7,000,000
4	November 2022	Rp 6,000,000
5	Desember 2022	Rp 12,000,000

6	Januari 2023	Rp 2,000,000
7	Pebruari 2023	Rp 6,000,000
8	Maret 2023	Rp 4,500,000
9	April 2023	Rp 15,000,000
10	Mei 2023	Rp 3,000,000
11	Juni 2023	Rp 6,000,000
12	Juli 2023	Rp 8,000,000
13	Agustus 2023	Rp 10,000,000
14	September 2023	Rp 4,500,000
15	Oktober 2023	Rp 8,500,000
16	November 2023	Rp 3,000,000
17	Desember 2023	Rp 16,000,000

Sumber : data UMKM Sejiwa *Ecoprint*

Setelah melihat tabel 1.1, dibutuhkan strategi perusahaan yang tepat agar Sejiwa *Ecoprint* tidak kalah bersaing. Strategi perusahaan, merupakan langkah yang tepat yang harus ditempuh dan direalisasikan oleh setiap perusahaan agar dapat bertahan di pasar. Strategi perusahaan yang baik harus mampu melihat keinginan pasar dengan memuaskannya terhadap produk yang dipasarkan. Oleh karenanya strategi perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Disamping itu strategi yang diterapkan perusahaan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Harapannya, strategi yang diterapkan dapat berdampak baik pada UMKM Sejiwa *Ecoprint*.

Melihat fenomena tentang pendapatan UMKM yang tidak stabil dan cenderung menurun, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk meningkatkan strategi usaha pada UMKM Sejiwa *Ecoprint*. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses

pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) dan Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T) [4].

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan leingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Faktor internal mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W).

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil pokok masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana rumusan strategi usaha pada UMKM Sejiwa *Ecoprint* yang tepat menggunakan analisis SWOT?
2. Bagaimana implementasi strategi yang sesuai agar dapat dilaksanakan?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan

tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini, peneliti hanya membahas strategi usaha dalam yang terkait tentang aspek pemasarannya.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menentukan strategi usaha yang tepat bagi UMKM Sejiwa *Ecoprint*
- b. Merumuskan implementasi yang cocok dengan strategi usaha yang ditemukan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat memberikan strategi perusahaan yang dapat dijadikan saran dalam memberikan informasi yang berguna bagi UMKM Sejiwa *Ecoprint*.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk memperluas wawasan penulis khususnya mengenai strategi perusahaan yang berkaitan dengan Analisis SWOT dan strategi perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini adalah:

BAB I : Pendahuluan

Menjelaskan mengenai, latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Menjelaskan mengenai analisis SWOT, tujuan fungsi mandaat analisis SWOT, matriks SWOT, strategi, strategi perusahaan, UMKM, dan penelitian terdahulu.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini berisi sistematika pemecahan masalah dan penjelasan mengenai alur penelitian.

BAB IV : Pengumpulan & Pengolahan Data

Bab ini menjelaskan proses pengumpulan dan pengolahan data penelitian

BAB V : Hasil & Pembahasan

Bab ini berisi mengenai analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang akan menjawab pertanyaan dari perumusan masalah pada penelitian.

BAB VI : Kesimpulan dan Saran

Berisi mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.

