

## Analisis Strategi Bisnis Batik (Studi Pada Diana Batik Di Seberang Kota Jambi)

Efni Anita

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Rabiyatul Alawiyah

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Syahrurromadhon

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Alamat: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Korespondensi Penulis: [efnianita@uinjambi.ac.id](mailto:efnianita@uinjambi.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to determine the analysis of the development strategy of batik which is across the city of Jambi. This type of research is a case study on Diana Batik. The data used are primary data obtained from interviews and questionnaires related to the analysis of batik development strategies. The results of the questionnaires and interviews will be dialyzed using a qualitative descriptive analysis technique. The results showed that all Diana Batik in Seberang Kota Jambi used focus strategies (combination and cose leadership and differentiation strategies), and the types of strategies used were coloring using naptol and indigosol, motif innovation, marketing using social media and exhibitions, using tools modern ones such as electric canting and gas stoves, as well as motif innovations with motif modifications.*

**Keywords:** *Keywords: Analysis, Strategy, Development of Batik*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis strategi pengembangan batik yang berada di seberang kota jambi, Jenis penelitian ini adalah studi kasus pada Diana Batik. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hal wawancara dan kuesioner berkaitan dengan analisis strategi pengembangan batik. Hasil kuesioner dan wawancara akan dialisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan seluruh Diana Batik yang berada di Seberang Kota Jambi menggunakan strategi fokus (*kombinasi dan cose leadership dan strategi diferensiasi*), dan jenis strategi yang digunakan yaitu pewarnaan menggunakan naptol dan indigosol, inovasi motif, pemasaran dengan menggunakan media sosial dan pameran, penggunaan alat yang modem seperti canting elektrik dan kompor gas, serta inovasi motif dengan modifikasi motif.

**Kata kunci:** Analisis, Strategi, Pembembangan Batik

### LATAR BELAKANG

Batik merupakan pakaian tradisional yang sudah dikenal masyarakat sejak dulu. Sejarah pembatikan di Indonesia berkaitan erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran agama islam ditanah jawa. Perkembangan batik Indonesia terus berkembang dari kerajaan majapahit dan pada masa kerajaan berikutnya. biasa dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan bersaing. Masing-masing pelaku mempunyai beragam metode, struktur dan sistematika yang beragam.

---

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 2, 2023; November 22, 2023

\* Efni Anita, [efnianita@uinjambi.ac.id](mailto:efnianita@uinjambi.ac.id)

Muh Rijal<sup>1</sup> mengatakan bahwa, Strategi dapat digunakan dalam berbagai cara atau situasi;

- 1) Strategi adalah sebuah rencana, bagaimana, cara untuk mendapatkan dari sini ke sana.
- 2) Strategi adalah pola dalam tindakan dari waktu ke waktu.
- 3) Strategi adalah posisi itu adalah mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau layanan tertentu di pasar tertentu.
- 4) Strategi adalah perspektif yaitu visi dan arahan.

Perubahan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap hampir semua produk, jasa pasar, dan pelanggan. Perusahaan kecil maupun besar, berorientasi laba dan nirlaba dalam semua industri telah dikejutkan dan ditantang oleh peluang dan ancaman yang berasal dari perubahan variabel sosial, budaya, demografi, dan lingkungan. Berbagai faktor seperti keyakinan, sistem nilai yang dianut, sikap, opini dan bahkan gaya hidup harus dikenali secara tepat. Kondisi sosial yang selalu berubah-ubah menjadi suatu hal penting yang harus direspon sedemikian rupa oleh para pengambil keputusan guna memanfaatkan peluang-peluang yang muncul maupun mengendalikan resiko usaha yang terjadi.

Menurut Muhammad Husni Mubarak dalam bukunya *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif* mengemukakan bahwa strategi merupakan pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi apa suatu organisasi di masa yang akan datang dengan mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan serta bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan.<sup>2</sup> Oleh karena itu pelaku usaha harus mengalokasikan sumber daya secara maksimal untuk mencapai tujuan yang diinginkan, banyak pelaku usaha di Indonesia baik yang berskala besar, menengah maupun yang berskala kecil mulai menata ulang strategi persaingannya dengan melakukan kajian terhadap tujuan strategi perusahaan yang didasarkan atas kebutuhan pasar.

---

<sup>1</sup> Muh Rijal, 2018, *Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ud. Humaerah Motor Kabupaten Bone*, hl. 2

<sup>2</sup> Muhammad Husni Mubarak, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, Idea Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 4.

**Tabel. 1.2. Nama Pemilik Usaha Batik Kecamatan Danau Teluk<sup>3</sup>**

No	NAMA USAHA	NAMA PEMILIK USAHA	ALAMAT
1	Taufik	Batik Ariny	Kel. Pasir Panjang
2	Hj. Asnah	Batik Melati Putih	Kel. Tanjung Raden
3	Bunga Tanjung	Samih	Rt.07 Kel.Ulu Gedong
4	Kiptiah	Batik Tampuk Manggis	Kel. Olak Kemang
5	Zhorif	Atiah	Rt.07 Kel.Ulu Gedong
6	Rohana	Batik Rohana	Kel. Olak Kemang
7	Aminah	Aminaturromliyah	Rt.07 Kel.Ulu Gedong
8	Hj. Nurmah	Batik Hj.Nurmah	Kel. Tanjung Raden
9	Sumber Rizki	Hj. Fatimah	Rt.03 Kel.Ulu Gedong
10	Diana	Diana Hanafiah	Rt.07 Kel.Ulu Gedong

Objek penelitian ini dilakukan di Pengrajin Batik Diana merupakan pengrajin batik tulis, batik cap, batik kombinasi, lurik batik, dengan motif-motif yang ditonjolkan (motif tradisional dan kontemporer) yang memiliki filosofis dalam setiap ornamen yang ditonjolkan, bahan kain yang digunakan kain-kain organik (katun/mori prima, mori primissima, sutera, rayon viskosa, santung, paris, sutera organdi dan serat alam lainnya. Bahan pewarna yang digunakan memanfaatkan limbah kulit kayu dan limbah tumbuh-tumbuhan yang menghasilkan warna yang lembut dan elegan, tersedia bahan sandang, bahan interior, pakaian jadi (kemeja, blus, jas, blazer, sarung, selendang, scraft) pakaian sarimbit keluarga, seragam kantor dan seragam sekolah.

Hasil Observasi pada Pengrajin Batik Diana, dengan melakukan wawancara langsung ke pemilik “Ibu Diana Hanafiah” dimana industri tersebut masih ada kendala terjadinya penurunan segmen pasar. Sehingga Diana Batik memerlukan *re Desain* strategi proses bisnis dalam menciptakan nilai-nilai dari sebuah proses bisnis serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dengan model bisnis berkelanjutan saat ini. Oleh karena itu perlu upaya dalam melakukan analisis pengembangan strategi bisnis, mengingat perlunya menjaga kepercayaan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

314 | <sup>3</sup> Sumber :Dokumentasi arsip Kec. Danau Teluk tahun 2023  
JSR - VOLUME 1, NO. 6, NOVEMBER 2023

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa batik di Seberang Kota Jambi Kecamatan Danau Teluk memang mengalami perkembangan, Oleh karena itu hal ini menjadi perhatian peneliti, sehingga peneliti tertarik memilih judul : **Analisis Strategi Bisnis Batik (Studi Pada Diana Batik Di Seberang Kota Jambi)**

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian Strategi Bisnis**

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Muh Rijal.<sup>4</sup> mengatakan bahwa, Strategi dapat digunakan dalam berbagai cara atau situasi;

- a) Strategi adalah sebuah rencana, bagaimana, cara untuk mendapatkan dari sini ke sana.
- b) Strategi adalah pola dalam tindakan dari waktu ke waktu.
- c) Strategi adalah posisi itu adalah mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau layanan tertentu di pasar tertentu.
- d) Strategi adalah perspektif yaitu visi dan arahan.

Menurut Rangkuti <sup>5</sup> berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **Jenis-jenis Strategi Bisnis**

Jenis-jenis strategi bisnis, Menurut Susilo<sup>6</sup> adalah :

- a. Diversifikasi Bisnis. Bagi yang baru mulai bisnis, sebaiknya tidak langsung menjalankan strategi bisnis ini. Saya sarankan lebih baik fokus terlebih dahulu pada bisnis yang sedang dibangun. Mengapa? Sebab strategi ini tergolong beresiko

---

<sup>4</sup> Muh Rijal, 2018, *Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ud. Humaerah Motor Kabupaten Bone*, hl. 4

<sup>5</sup> Rangkuti.2013,*Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

<sup>6</sup> Susilo, Sri. 2012. *Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi Cافتa dan Mea*. UPN "Veteran" Yogyakarta. (<http://repository.upnyk.ac.id>)

tinggi. Melakukan diversifikasi bisnis, berarti anda membangun sebuah produk baru untuk dilempar ke pasar (yang mungkin juga baru). Jika tidak dibarengi kesiapan yang baik, melakukan diversifikasi dapat menggoyahkan bisnis anda sebelumnya.

- b. Strategi menyerang. Strategi bisnis ini biasanya dijalankan untuk memperbesar tingkat penguasaan pasar. Pada strategi ini. Biasanya promo besar-besaran dengan segala macam taktiknya dijalankan. Salah satu contohnya seperti menghadirkan program yang menarik bagi konsumen, seperti Beli 3 Gratis 1.
- c. Mengembangkan pasar. Strategi yang ini relatif lebih kalem. Karena dengan produk yang selama ini ada, pebisnis akan berupaya untuk mengeksplorasi pasar yang selama ini digarapnya agar bisa lebih maksimal. Strategi ini perlu kejelian dalam melihat pasar.
- d. Mengembangkan produk kebalikan dengan strategi bisnis mengembangkan pasar, strategi ini melempar sebuah produk baru pada pasar yang selama ini digarap. Kelebihan strategi bisnis ini adalah karena pasarnya telah dikenali, sedang tantangannya adalah bagaimana membuat produk baru tersebut bisa diterima oleh pasar.

### **Tingkatan Strategi**

Menurut Hunger dan Wheelen dalam Muh Rijal<sup>7</sup> perusahaan bisnis multidivisional yang besar, biasanya memiliki tiga level strategi, yaitu :

- a. Strategi Korporasi

Strategi di tingkat korporasi menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen sebagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa. Sebagai tambahan, Strategi perusahaan adalah:

- 1) Pola keputusan yang berkenaan dengan tipe-tipe bisnis yang perusahaan sebaiknya terlibat.
- 2) Arus keuangan dan sumber daya lainnya ke dan dari divisi-divisi perusahaan.

---

<sup>7</sup> Muh Rijal, 2018, *Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ud. Humaerah Motor Kabupaten Bone*, hl. 10

- 3) Hubungan antara perusahaan dengan kelompok-kelompok utama dalam lingkungan perusahaan. Strategi perusahaan terdiri atas Stabilitas, Pertumbuhan dan Pengurangan.

b. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk berupa barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan Strategi bisnis juga sebaiknya mengintegrasikan berbagai aktivitas fungsional untuk mencapai tujuan divisi. Strategi bisnis merupakan salah satu dari *overall cost leadership*, atau diferensiasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang didefinisikan oleh Bogdan dan Taylor sebagai prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang tertulis atau yang diucapkan oleh orang dan perilaku yang diamati penelitian dilapangan. Pendekatan kualitatif langsung diarahkan pada setting serta individu-individu dan kelompok masyarakat dimana mereka berada.<sup>8</sup>

Dengan kata lain penelitian ini berupaya menggambarkan, menguraikan suatu keadaan yang sedang berlangsung berdasarkan fakta dan informasi yang diperoleh dari lapangan dan kemudian dianalisis berdasarkan *variable* yang satu dengan lainnya sebagai upaya untuk memberikan solusi tentang Strategi Pemasaran Diana Batik Dalam Penjualan Batik Di Kota Jambi.

### **Lokasi Dan Objek Penelitian**

1. Tempat Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dan sasaran dalam suatu penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang

---

<sup>8</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2017), Hlm 155.

terjadi. Tempat penelitian ini adalah Batik Diana yang bertempat di Jl. K. H. Ibrahim, Ulu Gedong, Danau Teluk., Kota Jambi, Jambi 36261.

## 2. Waktu Penelitian

Pelitiaan Strategi Pemasaran Diana Batik Dalam Penjualan Batik Di Kota Jambi dilakukan setelah mendapat surat izin dari fakultas.

## 3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Batik Diana yang bertempat di Jl. K. H. Ibrahim, Ulu Gedong, Danau Teluk., Kota Jambi, Jambi 36261.

## **Jenis dan Sumber Data**

Sumber data ialah dari mana data itu didapat dan diperoleh. Suharsimi arikunto menjelaskan bahwa secara garis besar data penelitian dibagi menjadi dua bagian yaitu: data primer dan data sekunder.<sup>9</sup>

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

- a) Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau data pengambilan langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>10</sup> Sumber data untuk penelitian ini dapat diperoleh dari wawancara secara langsung kepada pemilik usaha dan beberapa karyawan di Diana Batik yang dijadikan sebagai subyek penelitian
- b) Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan di publikasikan kepada masyarakat pengguna data.<sup>11</sup> Data sekunder, merupakan data atau informasi penunjang penelitian yang di dapat dari studi literature, buku, jurnal, internet, Studi kepustakaan lainnya. Penelitian ini mengambil data sekunder dari beberapa referensi buku dan jurnal, baik yang di terbitkan maupun secara *online*.

## **Teknik Pengumpulan Data**

---

<sup>9</sup> Jhoni Dimayati, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasi Pada Anak Usia Dini*, (Jakarta: Kencana Media Grup, 2013),h.39.

<sup>10</sup> DR.Saifuddin Azwar,*Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2014), hlm.91

<sup>11</sup> Mudrajat Kuncoro,Ph.D, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*,(Jakarta:Penerbit Erlangga,2013), hlm. 148

Instrumen pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian. Tanpa mengetahui instrumen pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang di terapkan. Untuk memperoleh data yang empiris tentang analisis strategi pemasaran usaha Batik dalam meningkatkan jumlah penjualan batik, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui beberapa metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu bisa dengan melihat, mendengarkan, merasakan, yang kemudian dicatat subyektif mungkin.<sup>12</sup> Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati bagaimana strategi penjualan Diana batik dalam memasarkan batik.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>13</sup> Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Adapun informannya yaitu pemilik usaha Diana Batik.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah tulisan yang memuat informasi, bertujuan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa buku, catatan dan lainnya. Maka, dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis akan menggunakan dokumentasi sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian dari observasi atau wawancara.<sup>14</sup>

## **Metode Analisis Data**

---

<sup>12</sup> W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Grasindo,2002), hlm 116.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-26 (Bandung: Alfabeta, 2017), 145.

<sup>14</sup> Sugiyono, 138

Menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan adanya penyajian data-data. Selanjutnya akan di analisis dengan cara memberikan penjelasan agar dapat dibaca dan dipahami secara mudah, agar dapat menggambarkan, menjelaskan dan menguraikan keadaan yang sebenarnya.

#### 1. Pengumpulan Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang di wawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti melakukan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap meyakinkan.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini data dilakukan dengan, mencari, mencatat, dan mengumpulkan data melalui hasil observasi dan dokumentasi yang terkait dengan strategi pemasaran Diana Batik kota Jambi.

#### 2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari tema dan polanya. Karena data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak dan perlu dicatat secara teliti dan rinci. Dengan melakukan reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>16</sup> Pada tahap ini semua jawaban hasil wawancara yang telah didapat hasil yang meyakinkan digabungkan dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami oleh peneliti untuk menjawab semua permasalahan yang akan diteliti.

#### 3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat bagan, flowchart dan sejenisnya. <sup>17</sup>Dalam penelitian ini untuk menyajikan data peneliti menggunakan teks yang bersifat naratif.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *op. cit.* halm. 246.

<sup>16</sup> Sugiyono, 247

<sup>17</sup> Sugiyono, 249

Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat pneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Monografi Diana Batik**

#### 1. Letak koordinat

Diana Batik terletak pada koordinat Longitude 1.899898 Laititude 105.877.342

#### 2. Batas Diana Batik

Batas Diana Batik masih berbatasan dengan satu kecamatan yaitu Danau Teluk Kota Jambi. Adapun Diana Batik sebagai berikut:

Sebelah Utara : Olak Kemang

Sebelah Selatan : Pasir Panjang

Sebelah Timur : Tanjung Pasir

Sebelah Barat : Tanjung Raden

### **b. Profil**

Diana batik jambi didirikan pertama kali pada tahun 1983 dengan nama batik arif. Kemudian pada tahun 2011 di ambil oleh penerus ibu rugayah dan berganti nama menjadi diana batik jambi. Pada awalnya diana batik jambi berlokasi di Rt 07 Kelurahan ulu gedong kecamatan danau teluk kota jambi kemudian pada tahun 2019 pindah ke Rt 06 kelurahan pasir Panjang kecamatan danau teluk kota jambi.

### **c. Visi Misi Usaha**

Tujuan rencana usaha Batik Jambi adalah:

1. Visi usaha kami yakin memperkenalkan dan mempertahankan kualitas produk”Diana Batik” sehingga mampu menjadi brand yang mempunyai kualitas produk yang bagus, tahan lama saat dipakai, kemasan menarik dengan harga yang terjangkau.
2. Ikut berperan serta dalam melestarikan dan mengembangkan salah satu kekayaan budaya Indonesia

**d. Misi Usaha**

Adapun misi yang coba kami terapkan adalah:

- a) Memperkenalkan produk kepada masyarakat luas
- b) Memberikan kepuasan pada pelanggan dengan pelayanan prima seperti delivery order
- c) Menciptakan produk Batik yang berkualitas sehingga mampu bersaing dipasar
- d) Selain ingin mendapatkan keuntungan kami ingin mendapatkan berkah dalam usaha ini yakni berusaha sambil beramal, karena 5% dari total pendapatan kami akan kami salurkan ke dunia Pendidikan melalui bantuan langsung ke yang membutuhkan

**Strategi Bisnis Diana Batik Dalam Meningkatkan Daya Saing**

Dimana pada setiap harinya penjualan batik mengalami kenaikan dari permintaan konsumen. Strategi dalam persaingan yang semakin ketat dan semakin tidak bisa dihindari. Maka dari itu Sentra Diana Batik tetap mengembangkan bisnisnya dengan cara terus berupaya memberikan strategi pemasaran yang baik, karena hal tersebut merupakan kunci keberhasilan dalam mengembangkan suatu usaha. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan Sentra Diana Batik dalam menghadapi persaingan bisnis, antara lain produk (product), Harga (price), distribusi (place), promosi (promotion).

a. Strategi Produk (Product)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada pasar untuk dipakai ataupun dikonsumsi. Dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Sentra Diana Batik memberikan kualitas batik yang baik, selalu memberikan motif-motif baru pada setiap batik yang dihasilkan, dan warna yang dihasilkan lebih tahan lama serta juga memperhatikan dari segi pengemasan batik yang baik dan menarik. Hal tersebut sangat diperhatikan Sentra Diana Batik untuk menghadapi persaingan bisnis. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Ibu Diana (pemilik Diana Batik), dalam wawancara sebagai berikut:<sup>18</sup>

“Batik disini memiliki kualitas yang bagus buktinya konsumen yang pernah beli dan memakai batik dari sini selalu nambah lagi katanya awet. Selain itu juga memberikan motif baru disetiap pembuatannya tetapi tetap

---

322 | <sup>18</sup> Wawancara penulis dengan Ibu Diana 10 Juni 2023  
JSR - VOLUME 1, NO. 6, NOVEMBER 2023

memberikan motif cengkeh dan cecek cecek pada setiap batik, warna awet dan tahan lama, serta pengemasan batik disini juga sudah menarik dengan menggunakan paper bag sudah tidak menggunakan plastik.”

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Bapak Fikri dalam wawancara sebagai berikut:

“Menurut saya kualitas batik di disini bagus dibandingkan dengan yang lain, motif yang diberikan selalu bagus dan menarik dengan menonjolkan motif cengkehnya, warnanya tidak luntur meskipun sudah dipakai bertahun-tahun. Selain itu pengemasannya sudah mewah menggunakan paper bag jadi kalau dibuat oleh-oleh ke luar kota sudah menarik.”<sup>19</sup>

### **Faktor Pendukung dan Penghambat yang Dihadapi Diana Batik Dalam Memasarkan Batik Ke Masyarakat**

Dari yang melatarbelakangi faktor pendukung dan penghambat sebagai berikut:

#### 1. Faktor Pendukung

- a. faktor manusia: kebahagiaan dan keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap manusia, manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam usaha, oleh karena itu berhasil atau tidaknya usaha tergantung manusianya.
- b. faktor keuangan: faktor ini merupakan penunjang dalam keberhasilan usaha atau bisnis, keuangan digunakan sebagai operasional perusahaan, baik produksi, biaya-biaya, membeli bahan baku, promosi, pemasaran, penjualan. faktor ini menjaga kestabilan usaha.
- c. faktor permodalan: perusahaan yang ingin maju dan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya harus dapat menggali sumber permodalan perusahaan. modal perusahaan pada umumnya terdiri dari:
  - a) modal sendiri: modal yang berasal dari perusahaan, termasuk pemilik perusahaan
  - b) modal luar: modal yang berasal dari luar perusahaan seperti kreditor atau bank.
- d. faktor fasilitas pemerintah, fasilitas yang diberi pemerintah untuk mempermudah didalam mengurus dan memperoleh segala izin usaha yang diperlukan. jika perusahaan yang bersangkutan menunjang: pemasukan pajak, pembangunan daerah, sosial budaya, didalam mengentas kemiskinan, didalam ketenaga kerjaan, pembangunan pendidikan.

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Fikri 10 Juni 2023

## 2. Faktor Penghambat

Dari bagian faktor penghambat adalah:

- a. Kurangnya pengalaman didalam bidang usaha.
- b. Tidak tepat memilih jenis usaha.
- c. Tidak adanya perencanaan yang tepat.
- d. Permodalan kurang.
- e. Tidak adanya dukungan pemerintah.
- f. Tidak mempunyai keahlian.
- g. Tidak mempunyai semangat bisnis.
- h. Tidak percaya kepada kemampuan diri.

Sebagaimana yang di katakana Ibu Diana selaku yang punya batik diana dia megatakan bahwa:

“Faktor pendukung Diana Batik dari segi SDM sudah terlatih dan sesuai dengan Badan Pusat Statistika untuk usaha menengah,memiliki target omzet yang meningkat tiap bulannya, faktor permodalan yang memadai dan faktor fasilitas pemerintah yang sudah dibuktikan dengan adanya pusat Sentra Diana Batik. Sedangkan faktor penghambat Diana Batik dari segi kurangnya pengalaman di dalam bidang usaha karena pemilik toko meneruskan usaha dari kedua orang tuanya.”<sup>20</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, Diana Batik menerapkan strategi bauran pemasaran 4P (marketing mix). Dalam melaksanakan strategi pemasarannya, tentu ada kendala yang dihadapi oleh Diana Batik.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Bisnis Diana Batik Dalam Meningkatkan Daya Saing
  - a. Produk: para pedagang yang lebih mengandalkan strategi produk ada 4 responden .
  - b. Harga: para pedagang yang lebih mengandalkan strategi harga 3 responden

- c. Promosi: para pedagang yang lebih mengandalkan terdapat 4 responden. Semua pedagang memiliki strategi pemasaran masing-masing untuk bersaing sehat dengan pedagang lainnya.
2. Faktor Pendukung dan Penghambat yang Dihadapi Diana Batik Dalam Memasarkan Batik Ke Masyarakat
    - a. faktor manusia: kebahagiaan dan keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap manusia, manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam usaha, oleh karena itu berhasil atau tidaknya usaha tergantung manusianya.
    - b. faktor keuangan: faktor ini merupakan penunjang dalam keberhasilan usaha atau bisnis, keuangan digunakan sebagai operasional perusahaan, baik produksi, biaya-biaya, membeli bahan baku, promosi, pemasaran, penjualan. faktor ini menjaga kestabilan usaha.
    - c. faktor permodalan: perusahaan yang ingin maju dan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya harus dapat menggali sumber permodalan perusahaan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk pedagang batik di Kota Jambi agar lebih meningkatkan promosi tidak hanya dari mulut ke mulut atau kartu nama tetapi bisa dalam bentuk lain seperti brosur atau koran, iklan dimedia sosial sehingga diharapkan masyarakat atau konsumen luas akan lebih mengenal berbagai produk batik yang diperjual belikan.
2. Untuk penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan menambah responden lebih banyak lagi agar menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya.
3. Untuk penelitian selanjutnya indikator pada lembar pertanyaan wawancara perlu diperluas lagi sehingga hasil penelitian bisa lebih banyak lagi.

### **DAFTAR REFERENSI**

#### **Buku**

- Arthur A. Thompson, Jr dan A. J. Strickland III, *Strategic Management Concepts and Cases*, hal 6
- Adi, Kuncoro. 2011. *Juknis SIRS*. Kementerian Kesehatan RI. Dirjen Bina Upaya Kesehatan: Jakarta.
- Bambang, Hariadi. (2005). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Dr. Saifuddin Azwar, 2014, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)

Harahap, Sofyan Syafri 2015, Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Rajawali Pers, Jakarta.

Lexy J Moleong, 2017, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya)

Mudrajat Kuncoro, 2013, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*, (Jakarta: Penerbit Erlangga)

Muhammad Husni Mubarak, 2009, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, Idea Press, Yogyakarta.

Rangkuti 2013 *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

Sudarsono, Pudjoanto A, Gunawan D, Wahyuono S, Donatus IA, Drajad M, et al. *Tumbuhan Obat, Hasil Penelitian, Sifat-sifat dan Penggunaan*, Yogyakarta: UGM. 1996.

Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategi Edisi 4*, (Yogyakarta: BPFE, 2003) hal 55-56

Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen*, (Jakarta: Indeks, 2004) hal 197

Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan Ke-26 (Bandung: Alfabeta)

W. Gulo, 2002, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo)

Zainal Rivai Veithzal dkk, 2017, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara

### **Jurnal**

Kasmiruddin, 2012, *Analisis Strategi Bisnis Eceran Besar (Modern) (Kasus Persaingan Bisnis Ritel di Pekanbaru)*, Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 3, No. 1,

Muh Rijal, 2018, *Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ud. Humaerah Motor Kabupaten Bone*, Makassar

Rangkuti. 2013. *Pengertian Strategi*. Vol. 2. No. 1. ([Http://library.binus.ac.id](http://library.binus.ac.id)).

Rusno, *Dampak Pesatnya Minimarket Waralaba terhadap Usaha Kecil (Jenis Ritel)*, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol. 4, No. 3, 2008.

Susilo, Sri. 2012. *Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi Cfta dan Mea*. UPN "Veteran" Yogyakarta. ([Http://repository.upnyk.ac.id](http://repository.upnyk.ac.id))

Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto, *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 2, No. 1, 2013.

<http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3034083/diakui-dunia-ekspor-batik-ri-meningkat-setiap-tahun>, diunduh pada 18 juni 2019.