

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Di Indonesia terdapat berbagai macam perindustrian, salah satunya adalah industri pengolahan, yang termasuk didalamnya adalah industri tekstil. Industri tekstil di Indonesia saat ini semakin kompetitif dengan masuknya produksi tekstil dari luar negeri, misalnya: masuknya tekstil dari Cina, Brunei, dan Malaysia. Dan masih banyak lagi negara yang memasukkan produksi tekstilnya ke Indonesia. Selain persaingan dari produksi tekstil, juga adanya persaingan industri pakaian jadi yang berupa kaos, kemeja, jeans. Hal ini sangat mempengaruhi perkembangan industri tekstil di Indonesia. Konsumen jadi menimbang apakah mengkonsumsi kain, ataukah mengkonsumsi pakaian jadi. Industri tekstil di Indonesia merupakan salah satu komoditi yang menambah devisa negara, apabila mampu menembus kancan industri tekstil internasional. Industri tekstil di Indonesia harus bisa ditingkatkan, disamping bermanfaat dalam memperluas kesempatan kerja, tujuannya adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kalimantan Selatan merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang memiliki potensi industri tekstil yang potensial. Seperti halnya di Jawa terdapat industri kain batik, di Kalimantan Selatan juga terdapat industri kain batik khas Kalimantan Selatan, yaitu Kain Sasirangan. Kain sasirangan diproduksi dalam berbagai macam warna dan berbagai macam motif. Pasar kain sasirangan cukup luas, mencakup lokal dan internasional. Kain sasirangan kurang begitu komersil

di tingkat nasional, karena terlalu banyak persaingan dengan kain batik dari Jawa maupun kain songket dari daerah Sumatra. Jadi pasar kain sasirangan lebih banyak lokal dan internasional. Untuk pasar internasional juga tidak diekspor ke seluruh manca negara tetapi juga terbatas, hal ini dikarenakan adanya kebijakan politik pemerintah soal pajak dan sebagainya yang mungkin terlalu mahal, juga keterbatasan kemampuan saluran distribusinya dan juga karena persaingan yang sangat kompetitif dari kain sutra Cina, Brunei dan Malaysia yang kini banyak beredar di pasaran, bahkan banyaknya produksi pakaian jadi yang masuk ke Indonesia, misalnya: pakaian jadi dari Korea, Cina dan pakaian jadi dari Amerika yang berupa kaos dan jeans yang kini sangat digemari konsumen dari berbagai usia, produk Amerika saat ini begitu digemari oleh konsumen, jadi Citra Sasairangan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen agar mengkonsumsi kain maupun baju dari bahan kain sasirangan.

Kain sasirangan biasa dikonsumsi oleh penduduk lokal atau turis lokal maupun turis manca sebagai cinderamata khas Kalimantan Selatan, kain Sasirangan juga digunakan sebagai kain seragam di Kantor Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan, karena merupakan kain khas Kalimantan Selatan. Citra Sasirangan sebagai salah satu perusahaan tekstil yang berada di Banjarmasin berusaha untuk dapat menawarkan produknya kepada konsumen berupa kain sasirangan, baju dari bahan kain sasirangan, tapih/sarung, peci, dompet, dan masih banyak lagi sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan selera masing-masing apa yang diinginkan dan memperoleh kain khas dari Kalimantan Selatan dengan kualitas yang baik tapi dengan harga yang terjangkau.

Citra Sasirangan selalu berusaha untuk selalu dapat mengoptimalkan penjualan kain pada setiap harinya dengan memilih strategi pemasaran yang terbaik agar dapat memuaskan konsumennya. Untuk itu Citra Sasirangan perlu mengetahui faktor-faktor yang dianggap dapat memuaskan konsumennya, baik dari segi kualitas kain, pelayanan, maupun dari segi harga. Strategi pemasaran yang tepat tentu sangat diharapkan agar penjualan kain sasirangan dapat mencapai optimal sampai batas waktu tertentu. Dan disini strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan.

Persaingan kain sasirangan di Banjarmasin saat ini lumayan ketat, banyak dibuka toko-toko baru yang juga menjual kain sasirangan. Persaingan pasar sangat kompetitif, jadi Citra Sasirangan harus menerapkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Prospek usaha kain sasirangan bagus untuk kedepannya, sebagai contoh Citra Sasirangan, dulunya adalah perusahaan kecil, sekarang sudah menjadi usaha yang cukup besar dan akan melakukan ekspansi pasar. Citra Sasirangan harus bisa mengenali kelemahan dan kekuatannya untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. **Kekuatan Citra Sasirangan Banjarmasin** sebelum penulis adakan penelitian adalah: Volume usahanya besar, mempunyai hubungan yang erat dengan pelanggan karena dapat melayani kebutuhan dan keinginan sesuai dengan keinginan konsumen setempat, selalu ada produk baru dan menggunakan teknologi modern dibanding dengan toko kain Sasirangan yang lain. Sedangkan **Kelemahan Citra Sasirangan Banjarmasin** sebelum dilakukan penelitian oleh penulis adalah: kurangnya kemampuan dalam promosi penjualan dan distribusi menembus pasar nasional.

Karena adanya kelemahan dan kekuatan perusahaan ini, perusahaan harus dapat menghadapi permasalahan yang dihadapi, maka harus diterapkan strategi yang baik untuk tetap memuaskan konsumen.

Perumusan strategi akan berlangsung secara efektif apabila perumus strategi memahami target misi perusahaan disertai penilaian yang akurat dari kondisi lingkungan eksternal dan perkembangan yang terjadi dalam industri (Suwarsono, 1994:6).

Manajemen juga perlu mengetahui jenis strategi yang telah dan sedang dikerjakan oleh pesaing. Strategi masa lalu diperlukan untuk mengetahui kemungkinan keberhasilan dan kegagalan penerapannya. Juga diperlukan untuk mengetahui proses yang ditempuh oleh pesaing dalam memperbaiki kegagalan yang pernah dihadapinya. Dengan demikian strategi bersaing yang terarah dan terencana merupakan salah satu kegiatan yang cukup berperan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, untuk memberikan kepuasan konsumen, dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada pemasaran, produksi, keuangan, dan bidang-bidang lainnya, atau menggabungkan semuanya.

Banyaknya perusahaan penghasil kain sasingan dalam satu wilayah Banjarmasin telah menimbulkan persaingan yang ketat. Baik perusahaan kain sasingan yang besar maupun perusahaan kain sasingan yang kecil, dan juga

persaingan produk pakaian jadi yang saling berusaha untuk dapat menarik konsumen dengan strateginya masing-masing. Beberapa faktor yang dapat memberikan keuntungan persaingan terhadap perusahaan-perusahaan lain antara lain:

1. Pemenuhan dari kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi.
2. Kualitas yang lebih tinggi dengan harga yang sama.
3. Harga yang lebih murah bagi kualitas-kualitas yang sama.
4. Pelayanan yang sangat baik.
5. Etalase barang-barang dagangan yang lebih baik.
6. Susunan toko yang lebih menyenangkan.
7. Pengemasan yang lebih menarik.

Berdasar persaingan industri tekstil di Indonesia dewasa ini dan khususnya persaingan kain sasirangan di Kalimantan Selatan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Citra Sasirangan Banjarmasin, dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KAIN SASIRANGAN PADA CV. CITRA SASIRANGAN BANJARMASIN”**.

1.2 POKOK MASALAH

Pokok masalah yang ada pada Citra Sasirangan Banjarmasin sebenarnya cukup banyak, karena semakin besar usahanya, permasalahan yang dihadapi perusahaan semakin kompleks. Tetapi disini penulis akan mengkaji dan menganalisis sebagian saja.

Pokok masalah dalam penelitian ini yang akan dikaji dan dianalisis adalah

1. Apa kekuatan dan kelemahan serta apa peluang dan ancaman Citra Sasirangan Banjarmasin dalam menghadapi persaingan pasar?
2. Apa strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan Citra Sasirangan Banjarmasin guna menghadapi persaingan pasar?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk mendapatkan gambaran kasar atau identifikasi awal mengenai suatu objek sebelum dilakukan penelitian lebih mendalam.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan apa sajakah yang dimiliki Citra Sasirangan Banjarmasin dan peluang serta ancaman lingkungan bisnis.
2. Untuk menetapkan strategi dalam menghadapi persaingan yang seharusnya dilakukan oleh Citra Sasirangan Banjarmasin berdasarkan posisi bisnis dan pengaruh-pengaruh lingkungan bisnis.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan bermanfaat sekali, karena bisa sangat membantu dalam mengevaluasi efektivitas implementasi rencana strategi, dan dapat memberikan umpan balik sebagai input bagi pengembangan dan perbaikan di masa mendatang.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Citra Sasirangan Banjarmasin.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Citra Sasirangan Banjarmasin sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan dan merumuskan strategi bersaing perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, sehingga perusahaan dapat terus berkembang.

2. Bagi Penulis.

Merupakan tambahan pengetahuan yang selama ini diperoleh dalam belajar dengan mengaplikasikan dalam dunia usaha secara langsung yang diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ketrampilan dan pengetahuan.

3. Bagi pihak lain.

Dapat dimanfaatkan sebagai referensi data dan juga untuk menambah pengetahuan pembaca mengenai kain sasirangan yang merupakan kain khas dari Kalimantan Selatan. Dan juga untuk mengetahui strategi apa yang sebaiknya diterapkan pada sebuah perusahaan.