



**STRATEGI PERTUMBUHAN USAHA BATIK H. MAWARDI
SUMBERJAMBE JEMBER DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN**

*(The Growth Strategy Of H. Mawardi's Batik Business Sumberjambe
Jember In Effort To Increasing Sale)*

SKRIPSI

Oleh

**Ulik Nur Indah
NIM 070910202065**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**STRATEGI PERTUMBUHAN USAHA BATIK H. MAWARDI
SUMBERJAMBE JEMBER DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN**

*(The Growth Strategy Of H. Mawardi's Batik Business Sumberjambe
Jember In Effort To Increasing Sale)*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh

**Ulik Nur Indah
NIM 070910202065**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa cinta, syukur dan terimakasih untuk:

1. Bapak Misnar dan Ibu Suyatmini yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanan baik moril maupun materiil hingga detik ini;
2. Kakakku Leni Winarti dan Puji Rahayu Wulandari, S.Si dan kakak iparku Juni Ariska Widiyanto, S.Sos dan Jarot Ari Wibowo, Amd., serta keponakanku Nathan dan Thanta terimakasih atas kasih sayang dan perhatiannya;
3. Almamater tercinta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

Manusia membentuk sejarahnya sendiri,
tetapi tidak sesuka hatinya;
mereka tidak menyusunnya dalam suasana yang mereka pilih sendiri,
melainkan dalam suasana yang langsung dihadapkan, disodorkan,
dan dipancarkan dari masa lampau.
(Karl Marx, 1869)*

*)Burhan Bungin. 2010. "*Metodologi Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer)*". Jakarta: Rajawali Pers. Hal; 11.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

nama : Ulik Nur Indah

NIM : 070910202065

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Strategi Pertumbuhan Usaha Batik H. Mawardi Sumberjambe Jember Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Mei 2011

Yang menyatakan,

Ulik Nur Indah
NIM 070910202065

SKRIPSI

STRATEGI PERTUMBUHAN USAHA BATIK H. MAWARDI SUMBERJAMBE JEMBER DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN

*(The Strategy Of H. Mawardi's Batik Business Sumberjambe Jember
In Effort To Increasing Sale)*

Oleh

**Ulik Nur Indah
NIM 070910202065**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Poerwanto, MA.

Dosen Pembimbing Anggota : Ika Sisbintari, S.Sos., M.AB.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Pertumbuhan Usaha Batik H. Mawardi Sumberjambe Jember Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 15 Juni 2011

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji
Ketua,

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202 1984 03 1 004

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. Poerwanto, MA
NIP.19490715 1984 03 1 002

Ika Sisbintari, S.Sos.,M.AB
NIP.19740207 2005 01 2 001

Anggota 1,

Anggota 2,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP.19560409 1987 02 2 001

Drs. Totok Supriyanto, M.Si
NIP.19501004 1977 02 1 001

Mengesahkan,
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP.19520727 1981 03 1 003

RINGKASAN

Strategi Pertumbuhan Usaha Batik H. Mawardi Sumberjambe Jember Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. Ulik Nur Indah, 070910202065; 2011; 103 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Universitas Jember.

Meluasnya konsumen batik mendorong pengusaha untuk dapat menyediakan batik dengan berbagai tingkat kualitas dan harga. Semenjak batik menjadi busana nasional setelah diakui oleh *United Nations Education Social and Cultural Organization*, Pemerintah membuat dan menetapkan peraturan pemakaian batik sebagai seragam minimal sehari dalam enam hari kerja. Batik sebagai busana nasional dan kewajiban pemakain batik menjadi seragam mengakibatkan tingkat persaingan menjadi tinggi karena setiap daerah berusaha untuk memperkenalkan dan memakai ciri khas kedaerahan. Kabupaten Jember memiliki tiga tempat penghasil batik tulis yaitu batik milik H. Mawardi dan Maskuri yang berlokasi di Desa Sumberpakem, Kecamatan Sumberjambe, serta rumah batik Rolla milik ibu Iriane.

Tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan strategi pertumbuhan usaha batik sesuai dengan strategi pertumbuhan usaha yang digunakan oleh H. Mawardi dalam meningkatkan penjualan. Metode penelitian menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif. Informan kunci untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan tema penelitian adalah H. Mawardi, selaku pemilik dan dengan tempat penelitian industri rumah tangga batik sumberjambe H. Mawardi di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.

Strategi pertumbuhan dijalankan dalam rangka mengejar pertumbuhan perusahaan, yang dapat berupa kenaikan penjualan, profit, ekspansi usaha yang akan berdampak pada pertumbuhan perusahaan. Beberapa fakta bahwa usaha kerajinan batik mempunyai karakteristik dan merupakan kebudayaan Indonesia yang mampu

menyerap tenaga kerja dan produknya menggunakan bahan baku yang inovatif disekitar dan jumlahnya cukup tersedia. Selain itu, memiliki daya saing dalam hal ciri, desain, kualitas, harga, serta mempunyai nilai tambah dengan adanya inovasi produk. Kaintannya dengan upaya daya tumbuh dan meningkatkan penjualan, identifikasi kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman sangat penting karena masalah utama yang dihadapi adalah pemasaran. Kelemahan cenderung mengarah pada pemasaran khususnya dalam hal promosi perusahaan kesulitan melakukan perluasan pasar.

Secara garis besar H. Mawardi telah melakukan analisis SWOT baik dari faktor eksternal maupun faktor internal dimana tindakan ini merupakan awal sebelum ia menetapkan target. Kemudian tahap selanjutnya yang dilakukan adalah penargetan produk dan tahap ahir adalah tindakan menentukan strategi sebagai tindak lanjut dari target yang telah direncanakan. Metode analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Treath*) sesuai hasil penelitian dapat diketahui bahwa mempunyai pengaruh dan cukup berfungsi dalam pengungkapan dan tingkat eksistensi strategi yang turun agar mampu untuk tumbuh bersaing dalam meningkatkan penjualan.

PRAKATA

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT Yang Maha Menggenggam segala yang ada di langit dan di bumi, berkat segala limpahan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian. Penulisan skripsi penulis menghadapi hambatan dan tantangan disepanjang penyusunannya baik sebelum, awal, maupun pada tahap akhir.

Pada kesempatan ini sudah sepantasnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik berupa materi maupun jasa. Dengan segenap keikhlasan, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Dr. Sasongko, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Jember;
4. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing Utama;
5. Ika sisbintari, S.Sos.,M.AB., selaku Dosen Pembimbing Anggota atas bimbingan, kesabaran dan ketulusan, serta tanggung jawab dan fasilitas yang diberikan yang tak terhingga nilainya selama proses penulisan skripsi ini berlangsung;
6. Segenap guru yang telah memberikan ilmu selama dibangku sekolah TK, TPQ, SD, SMP, SMA hingga Perguruan tinggi;
7. Bapak H. Mawardi, selaku pemilik usaha batik Sumberjambe atas segala informasi dan bantuannya yang sangat bermanfaat bagi penulis;

8. Weka Sidha Bhagawan, S.Farm., yang selalu mendukung dan memberiku semangat;
9. Rekan-rekan tersayang Reni, Siti Chorrimah, Siti Sulaima, Farkhanis, Avvia, dan rekan seperjuangan Adni 2007 atas kebersamaannya yang begitu berwarna;
10. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penelitian dan penulisan skripsi ini hingga selesai, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih untuk kebaikan kalian semua.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya atas kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan banyak kekurangan.

Akhir kata, penulis sangat berharap semoga hasil yang terdapat dalam skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat memberikan bantuan dan sumbangan atas penelitian yang ada kaitannya dengan masalah ini.

Jember, Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Kebutuhan, Kinginan, dan Permintaan	11
2.1.2 Produk	12

2.1.3	Nilai, Kepuasan, dan Mutu.....	13
2.1.4	Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan.....	14
2.1.5	Pasar.....	14
2.2	Strategi Pertumbuhan.....	14
2.3	Strategi Pemasaran.....	17
2.4	Manajemen Pemasaran.....	19
2.3.1	Bauran Pemasaran.....	20
2.5	Analisis SWOT.....	22
2.6	Batik.....	25
2.6.1	Pengertian Batik.....	25
2.6.2	Jenis Batik.....	26
2.6.3	Jenis Batik yang Berkembang di Indonesia.....	27
2.6.4	Perlengkapan Membantik.....	29
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	30
2.8	Alur <i>Roadmap</i> Penelitian.....	32
BAB 3.	TINJAUAN PUSTAKA.....	33
3.1	Tipe Penelitian.....	33
3.2	Tahap Persiapan.....	34
3.2.1	Studi Kepustakaan.....	34
3.2.2	Penentuan Lokasi Penelitian.....	34
3.2.3	Observasi Pendahuluan.....	34
3.2.4	Karakteristik Informan.....	35
3.3	Tahap Pengumpulan Data.....	36
3.4	Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37
3.5	Tahap Analisis Data.....	38
3.6	Tahap Penarikan Kesimpulan.....	44
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	45

4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	46
4.1.3 Struktur Organisasi.....	46
4.1.4 Data Penjualan.....	49
4.2 Gambaran Umum Proses Produk Batik.....	51
4.2.1 Kegiatan Proses Produksi.....	51
4.3 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	55
4.3.1 Tahap Pengambilan Data.....	56
4.3.2 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran.....	66
4.3.3 Interpretasi.....	68
BAB 5. PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR BACAAN.....	75
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Nilai Ekspor Batik Nasional 2004-2009	2
1.2 Rencana dan Realisasi Produk Batik di Jember pada bulan Juli -September 2010.....	3
1.3 Data Volume Penjualan Batik di Jember	4
2.1 Matrik Analisis SWOT.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
3.1 Matrik Analisis SWOT.....	45
4.1 Rencana dan Realisasi Produksi Penjualan Batik H. Mawardi Sumberjambe pada bulan Januari-Maret 2011	52
4.2 Data Volume Penjualan Batik Sumberjambe Jember	52
4.3 Data Produksi Bukan Pesanan Batik Sumberjambe Jember.....	53
4.3 Matrik Analisis SWOT.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Diagram Alir Analisis SWOT Batik H. Mawardi Sumberjambe Jember.....	34
4.1 Struktur Organisasi H. Mawardi Batik Sumberjambe Jember.....	50
4.2 Diagram Alir Proses Produksi Batik.....	55
4.3 Diagram Alir Proses Usaha H. Mawardi.....	58

DAFTAR ISTILAH

B

Batik : teknik menghias kain dengan menggunakan lilin dalam proses pencelupan warna dimana semua proses menggunakan tangan

C

Canting : alat berupa corong kecil yang digunakan untuk menorehkan lilin pada kain dalam proses membatik

G

Gawangan : perkakas yang umumnya terbuat dari kayu dan bambu yang dipergunakan untuk menggantung dan mengembangkan kain yang sedang dibalik.

K

Kolektor : orang yg mengumpulkan benda untuk koleksi (prangko, benda bersejarah, dan sebagainya yang sering dikaitkan dengan minat atau hobi).

Kurator : pengurus atau pengawas museum (gedung pameran seni lukis, perpustakaan, dan sebagainya).

L

Lorod : menghilangkan lilin batik yang melekat di kain dengan menggunakan air panas

M

Malam : sejenis lilin yang digunakan dalam membatik

Mbabar : menghilangkan lilin batik dengan air panas

Motif : gambar/corak/pola

P

Pencelupan : pewarnaan

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Pedoman Wawancara.....	84
B. Surat Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	86
C. Surat Ijin Penelitian dari Pimpinan Batik H. Mawardi Sumberjambe Jember.....	87
D. Surat Selesai Penelitian dari Pimpinan Batik H. Mawardi Sumberjambe Jember.....	88
E. Dokumentasi Penelitian.....	89