

**STRATEGI PENGEMBANGAN UKM
DALAM UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN
(Studi kasus UKM Batik Banten Mukarnas)**

SKRIPSI



Oleh:

GALANG RAMADHAN ALBANTANI

3333160067

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
CILEGON-BANTEN**

2021

**STRATEGI PENGEMBANGAN UKM
DALAM UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN
(Studi kasus UKM Batik Banten Mukarnas)**

**Skripsi ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam
mendapatkan gelar Sarjana Teknik**



Oleh:

GALANG RAMADHAN ALBANTANI

3333160067

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
CILEGON-BANTEN**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : GALANG RAMADHAN ALBANTANI

NIM : 3333160067

JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN UKM DALAM UPAYA
MEMENANGKAN PERSAINGAN (Studi Kasus UKM Batik
Banten Mukarnas)

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul di atas adalah benar karya saya sendiri dengan arahan dari pembimbing I dan pembimbing II dan tidak ada duplikasi dengan karya orang lain kecuali yang telah disebutkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Cilegon, Desember 2021



Galang Ramadhan Albantani

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

NAMA : GALANG RAMADHAN ALBANTANI
NIM : 3333160067
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI
JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN UKM DALAM UPAYA
MEMENANGKAN PERSAINGAN (Studi Kasus UKM
Batik Banten Mukarnas)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan Diterima
sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar
Sarjana Teknik pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik,

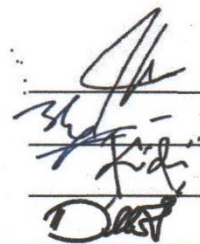
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Pada hari : Jum'at

Tanggal : 19 November 2021

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Hadi Setiawan, S.T., M.T
Pembimbing II : Nuraida Wahyuni, S.T., M.T
Penguji I : Dr. Shanti Kirana Anggraeni, S.P., M.T
Penguji II : Dyah Lintang Trenggonowati, S.T., M.T



Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri


Ade Irman Saeful Mutaqin, ST., MT

NIP. 198206152012121002

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tanpa pertolongan dari Tuhan yang Maha Esa, penulis tidak mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan pertama sampai bulan ketiga ini ialah Sistem Manajemen Industri terkait dengan perencanaan strategi.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan serta dorongan yang tak terhingga nilainya dari berbagai pihak baik secara material ataupun spiritual. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terimakasih penulis ucapkan kepada Orang Tua dan keluarga atas dukungan dan selalu membawa penulis dalam setiap do'anya. Terimakasih kepada Bapak Hadi Setiawan, S.T., M.T dan Ibu Nuraida Wahyuni, S.T., M.T selaku pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan Terimakasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Nani Suryani selaku pemilik dari UKM Batik Banten Mukarnas yang sudah banyak membantu penulis selama proses pengumpulan data. Tak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada sahabat dan teman yang selalu mendukung, menemani, memberikan semangat dan memberi masukan kepada penulis. Permintaan maaf tidak lupa penulis sampaikan kepada pimpinan UKM Batik Banten Mukarnas apabila dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terkait saran atau masukan untuk perbaikan kedepannya. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Atas perhatian bapak/ibu, Penulis mengucapkan terimakasih.

Cilegon, Desember 2021



Galang Ramadhan Albantani

RINGKASAN

Galang Ramadhan Albantani. Strategi Pengembangan Ukm Dalam Upaya Memenangkan Persaingan (Studi Kasus: UKM Batik Banten Mukarnas). Dibimbing oleh HADI SETIAWAN, S.T., M.T dan NURAIDA WAHYUNI, S.T., M.T.

Latar belakang: Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batik Banten Mukarnas merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri garmen atau pakaian jadi serta aksesoris dengan motif batik. UKM Batik Banten Mukarnas memproduksi berbagai macam produk pakaian jadi diantaranya adalah kain batik, pakaian pria dan wanita, tas, sandal dan masker. UKM Batik Banten Mukarnas mengalami penurunan omset selama masa pandemic COVID-19 sebesar 30% yang mana penurunan omset disebabkan karena kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UKM Batik Banten Mukarnas masih tergolong kegiatan pemasaran yang konvensional dan Perusahaan diperhadapkan pada kondisi persaingan yang semakin ketat dan peluang bisnis yang semakin terbuka pada era industri 4.0 dan MEA. Oleh karena itu, UKM Batik Banten Mukarnas perlu merencanakan strategi pengembangan usaha untuk memenangkan persaingan dengan menggunakan metode AHP, SWOT *Analysis* dan *Blue Ocean Strategy*.

Perumusan Masalah: Berdasarkan latar belakang maka permasalahan dapat dirumuskan yaitu apa saja faktor internal dan eksternal perusahaan, dimanakah posisi perusahaan berdasarkan diagram SWOT analisis dan bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh UKM Batik Banten Mukarnas berdasarkan hasil yang diperoleh dari *Blue Ocean Strategy*.

Tujuan Penelitian: Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, mengetahui posisi perusahaan berdasarkan diagram swot analisis dan mengetahui strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh UKM Batik Banten Mukarnas berdasarkan hasil yang diperoleh dari *Blue Ocean Strategy*.

Metode Penelitian: Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Tahapan awal dalam penelitian ini adalah menentukan faktor internal dan eksternal perusahaan. Tahap kedua adalah pembuatan serta penyebaran kuesioner. Tahap ketiga adalah merekapitulasi hasil dari penyebaran kuesioner serta melakukan pembobotan dengan menggunakan metode AHP yang kemudian hasilnya akan digunakan untuk mendapatkan nilai bobot pada matriks IFAS dan EFAS. Tahap keempat adalah melakukan pengolahan data menggunakan metode SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan pada diagram analisis SWOT. Tahap kelima adalah melakukan pengolahan data menggunakan metode *Blue Ocean Strategy* untuk merencanakan strategi yang tepat dan dapat digunakan di UKM Batik Banten Mukarnas

Hasil Penelitian: Terdapat 10 variabel dalam faktor internal dan 9 variabel dalam faktor eksternal dimana pada faktor internal terdiri dari strength dan weakness, dimana pada faktor kekuatan (*strengths*) terdiri dari kualitas produk, jenis produk, ragam motif, reputasi dan kecepatan produksi untuk faktor kelemahan (*weakness*) terdiri dari harga produk, promosi, ketersediaan produk, lokasi dan

kualitas pelayanan. Pada faktor eksternal untuk faktor peluang (opportunities) terdiri dari adanya platform e-commerce, media promosi yang semakin banyak, banyaknya pameran, terbukanya pasar ekspor dan dukungan dari pemerintah, sedangkan untuk faktor ancaman (*threats*) terdiri dari harga bahan baku semakin tinggi, persaingan semakin meningkat, menurunnya kecintaan terhadap batik dan ragam dan jenis pakaian baru mulai bermunculan. Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diketahui bahwa pada faktor internal 3 urutan teratas adalah yang pertama adalah kualitas produk, harga produk batik dan kualitas pelayanan, pada faktor eksternal 3 urutan teratas adalah yang pertama adalah terbukanya pasar ekspor, media promosi yang semakin banyak dan banyaknya pameran dalam atau luar negeri. Terbukanya pasar ekspor merupakan faktor yang memiliki nilai bobot paling tinggi dalam faktor eksternal. Blue Ocean Strategy dapat diterapkan pada UKM Batik Banten Mukarnas, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan posisi perusahaan berdasarkan diagram analisis SWOT dimana posisi perusahaan berada pada kuadran I, dimana perusahaan dapat menerapkan strategi yang agresif dengan memanfaatkan peluang serta kekuatan yang dimiliki, sehingga blue ocean strategy dapat diterapkan oleh UKM Batik Banten Mukarnas. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan kanvas strategi maka dapat diketahui bahwa UKM Batik Banten Mukarnas unggul pada variabel kualitas produk, jenis produk batik, ragam motif batik, reputasi perusahaan dan kecepatan produksi dibandingkan perusahaan pesaing dan UKM Batik Banten Mukarnas lemah pada variabel harga produk batik, kegiatan promosi, ketersediaan produk batik, lokasi galeri batik dan kualitas pelayanan.

Kesimpulan: Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu diketahui terdapat 10 variabel dalam faktor internal dan 9 variabel dalam faktor eksternal dimana pada faktor internal terdiri dari strength dan weakness, dimana pada faktor kekuatan (*strengths*) terdiri dari kualitas produk, jenis produk, ragam motif, reputasi dan kecepatan produksi untuk faktor kelemahan (*weakness*) terdiri dari harga produk, promosi, ketersediaan produk, lokasi dan kualitas pelayanan. Pada faktor eksternal untuk faktor peluang (opportunities) terdiri dari adanya platform e-commerce, media promosi yang semakin banyak, banyaknya pameran, terbukanya pasar ekspor dan dukungan dari pemerintah, sedangkan untuk faktor ancaman (*threats*) terdiri dari harga bahan baku semakin tinggi, persaingan semakin meningkat, menurunnya kecintaan terhadap batik dan ragam dan jenis pakaian baru mulai bermunculan. posisi perusahaan UKM Batik Banten Mukarnas berada di kuadran 1 pada diagram analisis SWOT sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang agresif karena memiliki peluang serta kekuatan yang besar. Berdasarkan hasil dari *Blue Ocean Strategy* menunjukkan bahwa strategi yang perlu diciptakan adalah menawarkan produk batik dengan motif *custom*, menawarkan produk dengan ukuran 1 keluarga dan menawarkan jenis produk batik dengan model *custom*. Selain itu perusahaan perlu mengurangi atribut harga produk, sedangkan untuk atribut yang ditingkatkan adalah jenis produk, ragam motif, promosi, ketersediaan produk, kualitas pelayanan dan lokasi

Kata Kunci : *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, *Batik*, *Blue Ocean Strategy*, *SWOT Analysis*, *Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*

ABSTRAK

GALANG RAMADHAN ALBANTANI. STRATEGI PENGEMBANGAN UKM DALAM UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN (Studi Kasus: UKM Batik Banten Mukarnas). Dibimbing oleh HADI SETIAWAN, S.T., M.T dan NURAIDA WAHYUNI, S.T., M.T.

UKM Batik Banten Mukarnas merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri garmen dengan motif batik. UKM Batik Banten Mukarnas mengalami penurunan omset yang disebabkan karena kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan masih tergolong konvensional sehingga memerlukan strategi pengembangan usaha guna memenangkan persaingan dengan menggunakan metode SWOT, AHP dan *Blue Ocean Strategy* sebagai alat yang digunakan untuk merencanakan strategi pengembangan usaha untuk memenangkan persaingan. Tahapan awal dalam penelitian ini adalah menentukan faktor internal dan eksternal perusahaan. Tahap kedua adalah pembuatan serta penyebaran kuesioner. Tahap ketiga adalah merekapitulasi hasil dari penyebaran kuesioner serta melakukan pembobotan dengan menggunakan metode AHP yang kemudian hasilnya akan digunakan untuk mendapatkan nilai bobot pada matriks IFAS dan EFAS. Tahap keempat adalah melakukan pengolahan data menggunakan metode SWOT. Tahap kelima adalah melakukan pengolahan data menggunakan metode *Blue Ocean Strategy* untuk merencanakan strategi yang tepat untuk perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM Batik Banten Mukarnas memiliki 10 faktor internal dan 9 faktor eksternal dimana posisi perusahaan UKM Batik Banten Mukarnas berada di kuadran 1 pada diagram analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang perlu diciptakan adalah menawarkan produk kemeja batik dengan motif *custom*, menawarkan produk dengan ukuran 1 keluarga dan menawarkan jenis produk batik dengan model *custom*.

Kata Kunci : *Analytical Hierarchy Process (AHP), Batik, Blue Ocean Strategy, SWOT Analysis, Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*

ABSTRACT

GALANG RAMADHAN ALBANTANI. SME DEVELOPMENT STRATEGY IN AN EFFORT TO WIN THE COMPETITION (Case Study: SME Batik Banten Mukarnas). Supervised by HADI SETIAWAN, S.T., M.T and NURAIDA WAHYUNI, S.T., M.T.

SME Batik Banten Mukarnas is one of the companies engaged in the garment industry with batik motifs. SME Batik Banten Mukarnas experienced a decline in turnover due to promotional activities carried out by the company which were still classified as conventional so they needed a business development strategy to win the competition using the SWOT, AHP and Blue Ocean Strategy methods as tools used to plan business development strategies to win the competition. The initial stage in this research is to determine the company's internal and external factors. The second stage is the creation and distribution of questionnaires. The third stage is to recapitulate the results of distributing the questionnaires and to do the weighting using the AHP method which then the results will be used to get the weight values on the IFAS and EFAS matrices. The fourth stage is to perform data processing using the SWOT method. The fifth stage is data processing using the Blue Ocean Strategy method to plan the right strategy for the company. The results of this study indicate that the SME Batik Banten Mukarnas has 10 internal factors and 9 external factors where the position of the SME Batik Banten Mukarnas company is in quadrant 1 on the SWOT analysis diagram. The results of the study indicate that the strategy that needs to be created is to offer batik shirt products with custom motifs, offer products with the size of 1 family and offer types of batik products with custom models

Keywords: *Analytical Hierarchy Process (AHP), Batik, Blue Ocean Strategy, SWOT Analysis, Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*

