

PELATIHAN STRATEGI BISNIS BAGI INDUSTRI KECIL SASIRANGAN DI KELURAHAN MELAYU KOTA BANJARMASIN

Muhammad Zainul dan Rahmi Widyanti
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Email : rahmiwidyanti@yahoo.com

ABSTRACT

Small industry is one of the rescuers as a foreign exchange earner State in times of economic crisis in Indonesia. Small industries is managed by the community and funding free of foreign debt. One small industries survive in times of economic crisis is a processing batik its market share is consumers from within the country itself.

Small industry batik sasirangan until today still not be developed yet nationally and its market share is still in the region of South Kalimantan. In an effort to increase market share nationwide consumer sasirangan batik is necessary to study in-depth about the preparation of the business strategy for small industries.

Government attention is needed to empower people to improve managing business. Especially in developing small industry batik sasirangan. However, it is also the role of public institutions and universities by providing socialization and counseling, in order to accelerate the empowerment felt by the public and obtain optimalization of product selling and to improve managing the business.

In an effort to increase business profits, small industry batik sasirangan need to be given knowledge about the business strategic.

Keywords: Business Strategic, Small Industry

PENDAHULUAN

Batik Sasirangan merupakan kain adat Suku Banjar yang merupakan etnoreligius yang menempati sebagian besar wilayah Kalimantan Selatan. Karena kaum pria mengenakan Batik Sasirangan sebagai penutup kepala yang disebut dengan laung. Selain digunakan sebagai laung, kaum pria Suku Banjar juga menggunakan Batik Sasirangan sebagai ikat pinggang. Sementara kaum perempuannya menggunakan Batik Sasirangan sebagai kemben yang menutupi tubuh dan juga sebagai selendang khas daerah Kalimantan Selatan khususnya

Kota Banjarmasin atau yang lebih dikenal di Kalimantan Selatan dengan nama Kain Sasirangan. Kain ini merupakan bagian dari budaya Kalimantan Selatan.

Pemerintah Kalimantan Selatan telah mewajibkan kepada seluruh PNS Propinsi Kalimantan Selatan untuk menggunakan/memakai Batik Sasirangan setiap hari Kamis ketika bekerja. Dan juga mewajibkan memakai Batik Sasirangan pada momen-momen tertentu atau pada saat peringatan hari besar nasional. Tujuannya adalah agar masyarakat Kalimantan Selatan khususnya PNS Kalimantan Selatan lebih mencintai produk daerah, dan sekaligus dalam rangka mengenalkan hasil budaya Banjar agar lebih dikenal lagi di luar daerah. Dan terbukti saat ini semakin meningkatnya permintaan Batik Sasirangan yang berasal dari luar daerah Kalimantan Selatan. Bahkan sering sekali orang luar daerah yang berkunjung ke Kalimantan Selatan khususnya ke Kota Banjarmasin membawa oleh-oleh *Kain Sasirangan* atau Batik Sasirangan untuk dibawa pulang ke daerahnya.

Perkembangan industri rumah tangga yang memproduksi kain sasaringan ikut mengalami pertumbuhan yang signifikan akibat adanya kebijakan tersebut. Namun, sebagai lahan bisnis tentu harus ada strategi-strategi bisnis yang digunakan untuk menghadapi persaingan dengan para pesaing. Terutama produk batik dari luar pulau dan juga batik printing dengan menggunakan motif sasirangan.

Permasalahan yang dihadapi industri kecil batik sasirangan adalah terbatasnya pangsa pasar di dalam negeri sendiri karena belum mampu bersaing dengan batik nasional, sehingga perlu strategi bisnis dalam meningkatkan pangsa pasar secara nasional.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan strategi bisnis bagi industri kecil batik sasirangan berdomisili di wilayah kampung melayu kota Banjarmasin.

KHALAYAK SASARAN

Pelaku Bisnis Industri Kecil batik Sasirangan di wilayah Kampung Melayu Kecamatan Banjarmasin Tengah merupakan industry rumah tangga yang menjalankan bisnis kain sasirangan di wilayah tersebut. Usaha ini telah dijalan sejak lama, karena sebagian dari pedagang tersebut berdomisili di wilayah sungai mesa kampung melayu. Pengrajin kain sasirangan tersebar di wilayah sungai mesa dan sepanjang jalan kampung melayu dengan jenis dan corak kain yang hampir sama satu sama lain. Hal ini disebabkan disain kain sasirangan mengikuti pakem dari budaya Banjar yang tertulis dalam sejarah, sehingga coraknya memiliki ciri khas tersendiri.

Kain sasirangan memiliki pesaing kain batik printing dengan corak yang hamper sama dan harga yang lebih murah. Akibatnya tingkat penjualan kain sasirangan tidak perkembangan secara signifikan, hanya dalam tahap bertahan di dalam bisnisnya bahkan ada yang bangkrut. Berdasarkan fenomena tersebut sehingga perlu diberikan tambahan pengetahuan tentang strategi bisnis agar industry ini mampu bertahan.

Dalam kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini yang menjadi sasaran kegiatan adalah pelaku industry rumah tangga yang memproduksi dan menjual kain sasirangan di wilayah kampung melayu kota Banjarmasin.

METODE

Kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini merupakan bagian dari Pengabdian pada Masyarakat dilakukan dengan memberikan ceramah dan dialog interaktif untuk mensosialisasikan strategi bisnis bagi pengusaha industry kecil kain sasirangan.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah penyuluhan dengan mengikutsertakan partisipasi aktif peserta dengan memberikan contoh-contoh strategi bisnis yang dapat digunakan.

PEMBAHASAN

Evaluasi kegiatan diukur berdasarkan partisipasi peserta kegiatan dalam setiap tahapan yang dilaksanakan dan terlaksananya rencana kegiatan yang telah disusun. Evaluasi pertama dilaksanakan pada saat penyuluhan dan demonstrasi kegiatan yang diberikan kepada peserta kegiatan. Indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini adalah: Penyuluhan model partisipasi aktif dan tukar pendapat serta diskusi yang dilaksanakan menunjukkan pengetahuan pelaku Manajemen Strategik adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (formulating), penerapan (implementing, dan evaluasi keputusan, keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa mendatang.

Menurut Husein (2001) Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah pada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemahaman pelaku industry kecil kain sasingan tergolong sedang sekitar 60 – 70 %. Dalam menjalankan usahanya pengusaha menggunakan strategi bisnis yang konvensional yaitu memproduksi dan menjualnya sendiri.

Berdasarkan pengamatan pada awal pelaksanaan kegiatan penyuluhan menunjukkan minat yang besar dari peserta yang terlihat dari antusiasme para peserta. Pertanyaan yang diajukan para peserta berkenaan dengan berbagai macam strategi bisnis yang digunakan, sampai pada mengatasi kesulitan modal usaha. Walaupun pertanyaan diluar topik yang disampaikan, hal ini menunjukkan keingintahuan yang mendalam dari peserta dalam mengelola usaha kuliner ini.

Proses manajemen strategi merupakan suatu paket komitmen keputusan dan langkah yang diharapkan bagi sebuah perusahaan untuk mencapai tingkat daya saing dan menghasilkan laba di atas rata-rata (Husain, 2001)

Daya saing strategis dicapai apabila sebuah perusahaan dengan baik merumuskan serta menerapkan strategi pencipta nilai.

Keunggulan bersaing diperoleh ketika perusahaan mampu menjadikan banyak aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan digabungkan dalam suatu rantai yang dapat memberikan kontribusi nilai yang memberikan margin maksimal bagi perusahaan (melaksanakan aktivitas-aktivitas yang penting secara strategis dengan lebih murah atau lebih baik dibanding pesaing).

Keunggulan bersaing yang berkesinambungan dicapai pada saat perusahaan menerapkan suatu pencipta nilai dan perusahaan pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkannya, serta saat perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut (Siagian, 2005)

Setelah diberikan penjelasan tentang strategi bisnis kepada peserta maka pemahaman semakin bertambah sekitar 70 – 80 %. Partisipasi peserta sangat memuaskan yang ditunjukkan oleh banyaknya pertanyaan yang diajukan, dari 27 peserta penyuluhan terdapat 25 orang yang bertanya atau 90 % ikut berpartisipasi aktif terhadap penyuluhan ini.

FOTO KEGIATAN



Gambar 1. Peserta menunjukkan keahlian dalam merancang kain sasirangan



Gambar 2. Peserta sedang mendiskusikan strategi bisnis yang digunakan

KESIMPULAN

Industri kecil merupakan salah satu faktor penyelamat sebagai penyumbang devisa Negara pada masa-masa krisis ekonomi di Indonesia. Industri kecil ini dikelola sendiri oleh masyarakat dan pendanaannya bebas dari utang luar negeri. Salah satu industri kecil yang tetap bertahan di masa krisis ekonomi adalah pengolahan batik yang pangsa pasar nya adalah konsumen dari dalam negeri sendiri.

Industri kecil batik sasirangan sampai saat ini masih belum dapat berkembang secara nasional dan pangsa pasarnya masih di wilayah Kalimantan Selatan. Dalam upaya meningkatkan pangsa pasar konsumen batik sasirangan secara nasional perlu dilakukan telaah yang mendalam tentang penyusunan strategi bisnis bagi industri kecil ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bell, Chip.R & Bilijack.R.Bell. 2004. *Magnetic Service: 7 Rahasia Menciptakan Pelanggan Setia*. Bandung: Kaifa Franky Slamet; Hetty Karunia

Tunjungsari; Mei Ie , 2014, *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori & Praktik*, Buku Kita, Jakarta.

Leonardus Saiman, 2014, *Kewirausahaan (Teori, Praktik, dan Kasus-kasus)*, Salemba Empat, Jakarta

Suryana, 2006, *Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat & Usaha Menuju Sukses Ed.3*, Salemba Empat, Jakarta.

Griffits, Andrew. 2002. *101 Taktik Memuaskan Konsumen*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta

Kotler, Philip. 2005. (a) *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Media

----- . 2005. (b) *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi ke 11*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat

Husain Umar, 2001. *Strategic Manajemen In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siagian P Mpa, 2005 (Cetakan ke Desember) *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.