

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri pakaian di Indonesia telah menjadi salah satu sektor yang memainkan peran kunci dalam pertumbuhan ekonomi negara. Seiring dengan perkembangan ekonomi yang pesat dan perubahan gaya hidup masyarakat, permintaan akan pakaian meningkat secara signifikan. Dalam konteks ini, industri konveksi di Indonesia, memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan akan pakaian yang beragam dan berkualitas.

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Triwulan III - 2019



(Sumber: Badan Pusat Statistik 2019)

Berdasarkan gambar 1 dapat diperoleh informasi bahwa industri pakaian jadi telah mencatat pencapaian yang luar biasa dengan pertumbuhan yang sangat positif tahun demi tahun. Dengan lonjakan sebesar 25,79% dalam pertumbuhan tahun ke tahun (Y on Y), industri ini membuktikan daya tahan dan potensinya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara.

Gambar 1. 2 Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur 2017 - 2021

Tabel 1		Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha, 2017-2021 (miliar rupiah)				
Table		Gross Regional Domestic Product of Jawa Timur Province at The Current Market Prices by Industry, 2017-2021 (billion rupiahs)				
Lapangan Usaha/Industry		2017	2018	2019	2020*	2021**
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>A</b>	<b>Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan/ Agriculture, Forestry and Fishing</b>	<b>258 454,42</b>	<b>259 263,03</b>	<b>266 395,84</b>	<b>273 542,81</b>	<b>282 386,48</b>
1	Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian/Agriculture, Livestock, Hunting and Agriculture Services	197 484,06	196 218,05	201 253,17	208 477,04	213 135,50
a.	Tanaman Pangan /Food Crops	78 640,64	77 963,75	77 591,49	78 707,39	76 132,27
b.	Tanaman Hortikultura/Horticultural Crops	23 423,33	23 654,94	25 041,20	27 192,27	27 700,68
c.	Tanaman Perkebunan/Plantation Crops	38 102,50	36 417,62	38 111,10	39 855,99	42 759,12
d.	Peternakan/Livestock	54 441,63	55 436,67	57 628,98	59 735,04	63 475,32
e.	Jasa Pertanian dan Perburuan/ Agriculture Services and Hunting	2 875,95	2 745,07	2 880,40	2 986,35	3 068,12
2	Kehutanan dan Penebangan Kayu/ Forestry and Logging	9 977,31	9 814,43	10 618,23	10 189,31	11 304,23
3	Perikanan/Fishery	50 993,06	53 230,54	54 524,45	54 876,47	57 946,75
<b>B</b>	<b>Pertambangan dan Penggalian/Mining and Quarrying</b>	<b>80 846,18</b>	<b>94 200,94</b>	<b>93 892,24</b>	<b>80 877,46</b>	<b>96 599,03</b>
1	Pertambangan Minyak, Gas dan Panas Bumi/Crude Petroleum, Natural Gas, and Geothermal	50 540,11	61 158,27	59 529,90	46 318,12	61 326,31
2	Pertambangan Batubara dan Lignit/Coal and Lignite Mining	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3	Pertambangan Bijih Logam/Iron Ore Mining	557,26	526,71	543,55	545,64	561,50
4	Pertambangan dan Penggalian Lainnya/ Other Mining and Quarrying	29 748,81	32 515,95	33 818,79	34 013,70	34 711,23
<b>C</b>	<b>Industri Pengolahan/Manufacturing</b>	<b>586 235,61</b>	<b>651 126,93</b>	<b>711 055,48</b>	<b>705 506,40</b>	<b>753 935,89</b>
1	Industri Batubara dan Pengilangan Migas/Manufacture of Coal and Refined Petroleum Products	1 054,15	1 150,64	1 183,17	1 147,18	1 114,43
2	Industri Makanan dan Minuman/ Manufacture of Food Products and Beverages	185 800,44	214 642,04	248 614,96	263 083,87	290 345,66
3	Industri Pengolahan Tembakau/ Manufacture of Tobacco Products	156 032,03	175 743,33	194 532,10	182 359,60	185 937,20
4	<b>Industri Tekstil dan Pakaian Jadi/ Manufacture of Textiles; and Wearing Apparel</b>	<b>8 764,31</b>	<b>9 822,99</b>	<b>10 987,41</b>	<b>11 263,91</b>	<b>12 042,92</b>
5	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki/Manufacture of Leather and Related Products and Footwear	8 471,81	9 500,45	9 148,22	8 241,93	8 838,86
6	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya/ Manufacture of Wood and of Products of Wood and Cork, and Articles of Straw and Plaiting Materials	30 552,46	31 759,21	28 811,31	24 229,85	23 390,61

(Sumber:BPS Provinsi Jawa Timur 2022)

Pertumbuhan yang sangat positif ini memberikan sinyal optimisme bagi masa depan industri pakaian jadi di Indonesia.

Kenaikan signifikan juga terjadi dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor industri pakaian di Provinsi Jawa Timur selama periode 2017 hingga 2021 yang telah membuka peluang yang luas bagi pertumbuhan industri pakaian di wilayah Jawa Timur. Tingginya minat masyarakat terhadap pakaian dan tren pakaian telah menjadi pendorong utama di balik perkembangan positif ini. Lonjakan pesat ini tercermin dalam berbagai aspek persaingan, mulai dari variasi produk yang ditawarkan, strategi pemasaran yang kompetitif, hingga peningkatan kualitas produk dan layanan pelanggan. Semua ini dilakukan guna mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada serta menarik minat pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar kota. Namun, di balik pertumbuhan yang mengembirakan, perusahaan pakaian dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk persaingan yang semakin sengit dan perubahan pola konsumsi pelanggan. Dampak pertumbuhan bisnis yang luar biasa ini telah menciptakan persaingan yang semakin sengit di sektor industri pakaian

Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan konveksi seperti Raung Konveksi perlu mengadopsi strategi yang inovatif dan efektif. Salah satu pendekatan yang menjanjikan adalah Blue Ocean Strategy, yang menawarkan kerangka kerja untuk menciptakan ruang pasar yang baru dan inovatif, di mana perusahaan dapat mencapai pertumbuhan tanpa terlalu terpengaruh oleh persaingan langsung dengan pesaing. Hal ini membantu bisnis menemukan cara baru untuk bersaing yang belum terpikirkan oleh perusahaan lain. Dengan melakukan hal ini,

konveksi dapat menghasilkan lebih banyak pemasukan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Blue Ocean Strategy adalah cara bagi perusahaan untuk tumbuh dan menjadi lebih baik dibandingkan pesaingnya. Dvorak & Razova (2019) menggunakan istilah "perang harga" untuk menggambarkan BOS. Menurut Kim & Mauborgane (2005), BOS adalah strategi untuk menghalangi perusahaan keluar dari Red Ocean dengan membuat ruang pasar yang tidak ada pesaingnya, membuat kompetisi tidak relevan. Penelitian tentang *Blue ocean strategy* (BOS) dalam bisnis sering untuk digunakan dalam berbagai jenis bisnis dan terbukti memberikan solusi inovatif bagi perusahaan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kusnita (2019) yang berjudul "*Blue ocean strategy* di Industri Perhotelan". Penelitian ini menemukan bahwa fokus utama BOS adalah menciptakan nilai sambil mengurangi biaya produk bagi pembeli. Digitalisasi promosi dan efisiensi dapat mengurangi biaya. Biaya promosi dapat dikurangi dengan memanfaatkan media sosial dan internet. Memanfaatkan setiap potensi yang Anda miliki dan menciptakan sesuatu yang baru dapat membantu Anda meningkatkan nilai pelanggan. Kusnita (2019), dalam penelitiannya tentang hotel, mendorong industri perhotelan untuk mempertahankan dan meningkatkan secara bertahap situs web mereka dengan desain komunikasi visual yang lebih baik. Para agen pemasaran hotel harus mengetahui dan memahami produk yang ditawarkan agar mereka dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik. Karena figur publik memiliki banyak pengikut di media sosial, disarankan untuk menggunakan mereka untuk meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian yang ditulis oleh Ellinger et al. (2020), mereka menemukan bahwa pelanggan lebih suka membeli barang di toko online daripada di toko fisik. Mereka menemukan ini dalam penelitian mereka yang berjudul "Implementasi Strategi Laut Biru untuk Mengkaji dan Mengasimilasi Pekerja dengan Kecacatan ke Pusat Distribusi." Selain itu, pendekatan manajemen modal manusia yang inovatif dapat membantu perusahaan menyelesaikan masalah yang dihadapinya saat kekurangan pekerja. Fokus penelitian ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan dan dampak sosial dari keberhasilan mempekerjakan dan mengasimilasi pekerja penyandang disabilitas. Tujuannya adalah untuk mendorong perusahaan di industri pemenuhan ritel untuk melihat masalah bisnis tradisional yang berkaitan dengan mempekerjakan pekerja penyandang disabilitas dari sudut pandang baru dan alternatif yang tersedia.

Raung Konveksi merupakan salah satu usaha yang memproduksi berbagai macam sandang seperti baju kaos, kemeja, polo shirt, jaket, jas lab dan lain-lain. Permasalahan yang terjadi pada usaha Raung Konveksi adalah fluktuatifnya angka penjualan.

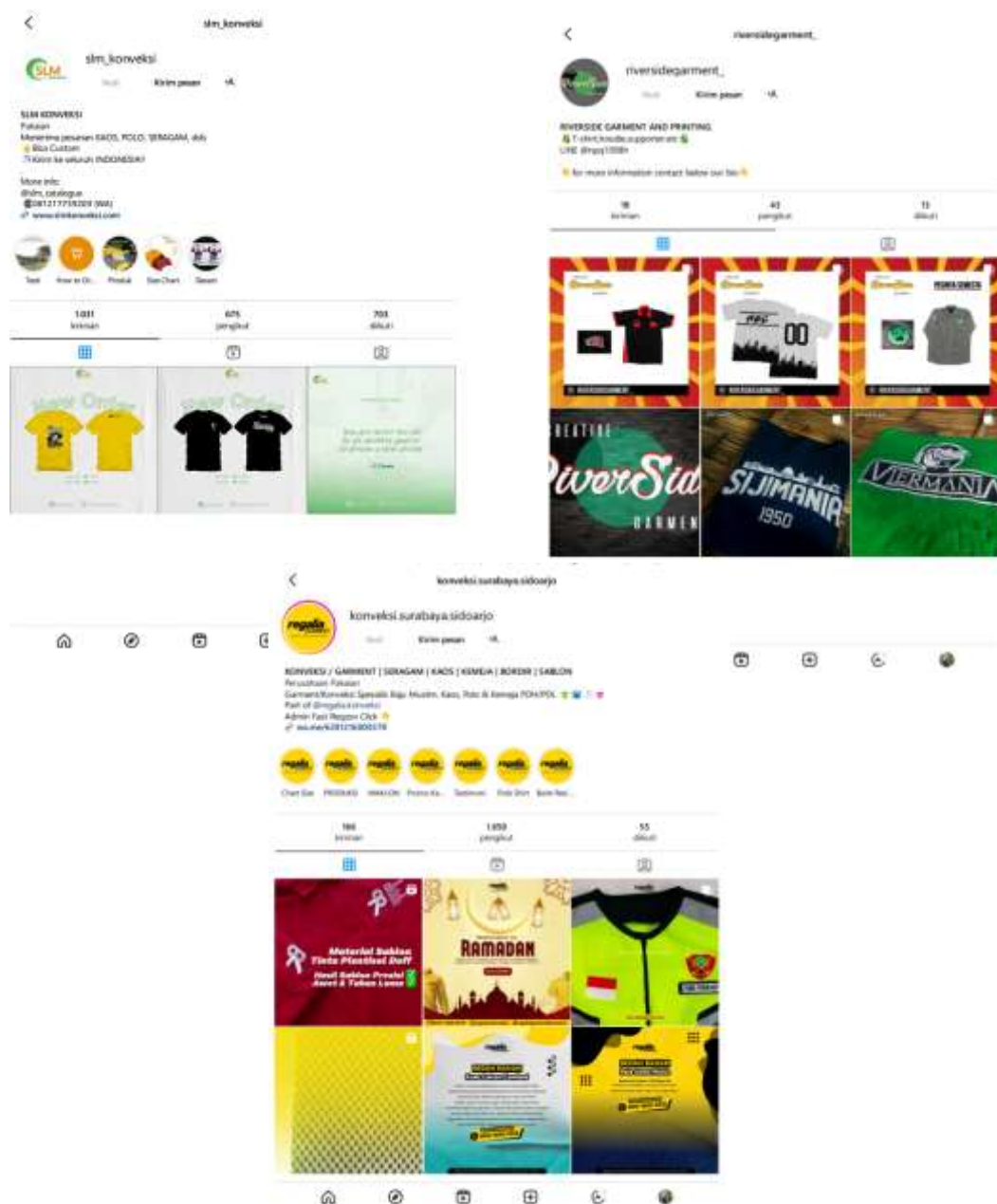
Gambar 1. 3 Laporan Keuangan Raung Konveksi Periode September – Desember

<b>LAPORAN KEUANGAN</b>				
<b>PERIODE SEPTEMBER - DESEMBER 2023</b>				
	<b>September</b>	<b>Oktober</b>	<b>November</b>	<b>Desember</b>
Pendapatan Bersih	Rp30.500.000	Rp40.500.000	Rp36.600.000	Rp25.540.000
Harga Pokok Penjualan	Rp19.450.000	Rp21.000.000	Rp20.000.000	Rp10.000.000
Laba Kotor	Rp11.050.000	Rp19.500.000	Rp16.600.000	Rp15.540.000
Biaya Operasional	Rp9.500.000	Rp12.000.000	Rp14.700.000	Rp9.000.000
Laba Bersih	Rp1.550.000	Rp7.500.000	Rp1.900.000	Rp6.540.000

(Sumber: Data Internal Raung Konveksi)

Berdasarkan hasil observasi awal penulis di Raung Konveksi didapatkan kalau pemasaran yang dilaksanakan Raung Konveksi hanya dilakukan secara tradisional dan belum adanya tim pemasaran digital dalam bisnis Raung Konveksi. Tidak seperti pesaing di sekitar Raung Konveksi yang sudah memiliki sosial media.

Gambar 1. 4 Profile Sosial Media Pesaing Raung Konveksi



(Sumber: Instagram)

Peneliti juga menemukan bahwa produk yang di tawarkan oleh Raung Konveksi memiliki banyak kesamaan dengan para pesaing.

Tabel 1. 1 Persamaan Produk Raung Konveksi dengan Pesaing Terdekat

No.	Nama Perusahaan	Persamaan Produk (unggulan)
1.	Raung Konveksi	a. Kaos b. Kemeja c. Jaket d. Jersey
2.	CV. Riverside	a. Jersey b. Kaos c. Kemeja d. Poloshirt
3.	Konveksi Surabaya	a. Kemeja b. Kaos c. Jersey
4.	SLM Konveksi	a. Kaos b. Kemeja c. Polo Shirt

(Sumber: Pemilik Raung Konveksi)

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang disebutkan pada paragraf sebelumnya, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **"STRATEGI PENGEMBANGAN RAUNG KONVEKSI DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Analisis Pendekatan Blue Ocean Strategy)"**

### **1.1 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh Raung Konveksi terhadap volume penjualan dengan pendekatan Blue Ocean Strategy?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi pengembangan usaha guna menaikkan volume penjualan Raung Konveksi dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat bagi perusahaan mengenai perumusan strategi pengembangan bisnis yang paling tepat untuk diterapkan pada Raung Konveksi melalui pendekatan *Blue Ocean Strategy* sehingga Raung Konveksi mampu berkembang dan bertahan untuk jangka waktu yang lama.
2. Sebagai sumber referensi di dalam menetapkan strategi pengembangan bisnis khususnya untuk bisnis konveksi melalui pendekatan *Blue Ocean Strategy* di masa depan.