

**ANALISIS PENERAPAN LINGKUNGAN BISNIS SEBAGAI STRATEGI
PERKEMBANGAN USAHA
(STUDI PADA BATIK NEW COLET JOMBANG)**

Shifani Orchida Rahman, Sri Nuringwahyu, Karina Utami Anastuti

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia

E-mail: shifaniorchida1219@gmail.com

ABSTRAK

UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) memiliki peran penting dalam proses perkembangan perekonomian Indonesia, yaitu pada kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Salah satu UMKM di Indonesia ialah UMKM Batik New Colet yang juga sedang berusaha mengembangkan bisnisnya dengan baik. Namun karena beberapa tahun terakhir ekspor batik ke Perancis mengalami penurunan secara drastis, penting bagi setiap perusahaan untuk mengetahui lingkungan bisnis perusahaan agar mampu merumuskan strategi dan mengantisipasi perubahan yang terjadi dimasa depan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui analisis penerapan lingkungan bisnis serta strategi yang diterapkan dan perkembangan usaha Batik New Colet. Metode dari penelitian ini ialah dengan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan bisnis internal dari usaha Batik New Colet menunjukkan beberapa kekuatan seperti para pengrajin yang kompeten dan pemilik usaha yang sudah berpengalaman dalam bidang membatik, kelemahan yang dimiliki ialah pemilik menjalankan usaha seorang diri serta sulitnya berinovasi pada motif batik. Sedangkan dari lingkungan bisnis eksternal Peluang yang dimiliki batik New Colet ialah pemerintah dan masyarakat yang masih menggemari batik hingga saat ini, sedangkan ancaman pada Batik New Colet ialah dengan adanya persaingan antar pengusaha batik. Strategi yang diterapkan pada Usaha Batik New Colet juga masih perlu dikembangkan kembali agar dapat mencapai tujuan dari usaha yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: Lingkungan Bisnis, Strategi, Perkembangan Usaha

ABSTRACT

MSMEs (micro, small and medium enterprises) have an important role in the process of developing the Indonesian economy, namely in their contribution to the Gross Domestic Product (GDP). One of the MSMEs in Indonesia is the Batik New Colet MSME which is also trying to develop its business well. However, because in recent years batik exports to France have decreased drastically, it is important for every company to know the company's business environment in order to be able to formulate strategies and anticipate changes that will occur in the future.

This study aims to determine the analysis of the application of the business environment and the strategies implemented and the development of the Batik New Colet business. The method of this study is a qualitative method using data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The data sources in this study come from primary data sources and secondary data sources.

The results of this study indicate that the internal business environment of the Batik New Colet business shows several strengths such as competent craftsmen and business owners who are experienced in the field of batik, the weaknesses are that the owner runs the business alone and the difficulty of innovating on batik motifs. Meanwhile, from the external business environment, the opportunities that New Colet batik has are the government and the people who still like batik to this day, while the threat to New Colet Batik is competition between batik entrepreneurs. The strategy applied to the New Colet Batik Business still needs to be redeveloped in order to achieve the objectives of the business that have been set.

Keywords: Business Environment, Strategy, Business Development

PENDAHULUAN

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) ialah kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan memang terbukti dapat menjadi pengaman perekonomian dalam masa perekonomian sedang krisis, dan dapat menjadi pendorong perkembangan perekonomian pasca krisis ekonomi (Hasanah, 2020:6). Oleh sebab itu diperlukan adanya kesadaran dari setiap individu dan pelaku usaha untuk tetap mengembangkan UMKM di Indonesia untuk dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat. UMKM juga disebut sebagai usaha yang dapat bertahan dalam kondisi kritis. Pelaku usaha kecil dan menengah biasanya mempunyai motivasi yang sangat tinggi dalam mengembangkan usahanya. Dengan modal seadanya para pelaku UMKM bersemangat serta antusias dalam mengembangkan usahanya.

Pengembangan UMKM ini menjadi cara yang optimal dalam rangka penggerakan perekonomian nasional, dikarenakan usaha mikro kecil menengah ini kegiatan usahanya mencakup hampir semua bidang usaha sehingga kontribusi UMKM sangat besar bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah. Keberadaan Usaha kecil atau UMKM di Indonesia dapat berperan penting bagi perekonomian negara. Dengan adanya UMKM ini sangat bermanfaat dalam pendistribusian serta pemerataan pendapatan masyarakat. Selain itu UMKM di Indonesia juga mempunyai peran yang cukup penting pada perekonomian nasional, seperti kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto.

Berdasarkan pada data yang dikutip pada web katadata.com usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kontribusi terus-menerus setiap tahun pada Produk Domestik Bruto (PDB). Pada tahun 2019 UMKM berkontribusi terhadap PDB atas dasar harga konstan sebesar Rp 7.034,1 kuadriliun yang mengalami kenaikan 22,9% pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp 5.721,1 kuadriliun. Sedangkan kontribusi dari UMKM untuk PDB atas dasar harga berlaku sebesar Rp. 9.062,6 kuadriliun naik 5,7% dari kontribusi tahun sebelumnya.

Salah satu sektor industri kreatif ialah batik yang telah diakui oleh UNESCO (*United Nations Educational, Scientific, And Cultural Organization*) sebagai warisan budaya Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 yang saat ini ditetapkan juga sebagai hari Batik Nasional setiap tahunnya. Batik sendiri ialah salah satu jenis produk sandang yang telah ada dan berkembang di pulau Jawa sejak beberapa ratus

tahun yang lalu. Dalam wawancara yang dilakukan penulis, Pak Sutrisno selaku pemilik dari usaha ini menjelaskan beberapa permasalahan dalam usaha ini seperti adanya kesulitan dalam berinovasi untuk motif produk, serta kebijakan baru dari pemerintah mengenai proses pembelian bagi pejabat daerah, serta beberapa pesaing dari pengusaha batik lain yang masih berada disekitar usaha Batik New Colet ini. Oleh karena itu perlu dilakukannya penerapan analisis lingkungan yang baik agar perusahaan mampu merumuskan strategi yang tepat atas perubahan lingkungan bisnis yang telah terjadi maupun yang akan terjadi di masa depan.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana analisis penerapan lingkungan bisnis yang dilakukan pada usaha “Batik New Colet Jombang”?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan untuk usaha “Batik New Colet Jombang”?
3. Bagaimana perkembangan usaha dari “Batik New Colet Jombang”?

MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Dari penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan serta referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai topik yang diangkat dan dapat menerapkan ilmu pengetahuan administrasi bisnis yang telah ditempuh. Serta Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pada perpustakaan dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan kajian penelitian yang serupa.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan maupun masukan bagi perusahaan khususnya “Usaha Batik New Colet Jombang” dengan tujuan memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen serta dapat mencapai tujuan perusahaan.

Tinjauan Pustaka

Lingkungan Bisnis

Menurut Bahauddin (2020:4) lingkungan bisnis adalah faktor-faktor yang berada pada sekitar aktivitas kegiatan bisnis yang juga berperan penting dalam suatu bisnis, De beer (2008) yang dikutip (dalam Bahauddin, 2020:4) mengemukakan lingkungan bisnis ialah seluruh jumlah total dari seluruh faktor serta variabel yang dapat mempengaruhi baik secara positif ataupun negatif

dalam pembangunan, perkembangan, dan keberlangsungan hidup dari suatu kegiatan usaha yang bisa menjadi pendorong maupun penghalang dalam pencapaian tujuan suatu kegiatan suatu bisnis.

a. Lingkungan Bisnis Internal

Menurut Suratman (2021:1) lingkungan bisnis internal dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Tenaga kerja (*man*)
2. Modal (*money*)
3. Material/ bahan baku (*material*)
4. Peralatan/perlengkapan produksi (*machine*)
5. Metode (*methods*)/managerial

Adapun pengertian dari beberapa faktor lingkungan bisnis internal diatas adalah:

1. Tenaga kerja (*man*)

Tenaga kerja merupakan seseorang yang menggunakan kemampuan serta tenaga yang dimiliki untuk mendapat balasan pendapatan dari produk atau jasa yang dihasilkan.

2. Modal (*money*)

Modal ialah dana yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional bisnis, investasi yang dilakukan pemilik atau pemegang saham, pinjaman kepada bank atau keuntungan perusahaan yang digunakan untuk membeli peralatan dan bahan baku, memberi upah untuk pegawai, serta dapat digunakan untuk membuka cabang perusahaan.

3. Material/ bahan baku (*material*)

Material ialah beberapa bahan baku yang dapat digunakan dalam proses produksi, yang dapat berupa sumber daya alam, seperti dalam bidang industri yang menggunakan bahan mentah serta komponen lain-lain yang berhubungan dalam proses produksi.

4. Peralatan/perlengkapan produksi (*machine*)

Peralatan serta perlengkapan ialah suatu komponen pendukung dalam kegiatan produksi yang dapat membantu peningkatan nilai guna dalam produksi agar dapat menghasilkan suatu output secara efisien dan efektif.

5. Metode (*methods*)/managerial

Metode ini mengacu pada kemampuan berwirausaha yang dapat dikembangkan oleh pengelola usaha dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.

b. Lingkungan Bisnis Eksternal

Menurut Bahauddin (2020:19) lingkungan bisnis eksternal ialah beberapa faktor yang terdapat pada ruang lingkup luar perusahaan yang biasanya tidak

bisa dikendalikan oleh perusahaan serta bisa mempengaruhi perusahaan dalam mencapai visi, misi, dan tujuan/target dari perusahaan.

Menurut Gitman (2018:18) membagi lingkungan eksternal bisnis antara lain:

1. *Economic* (ekonomi)
2. *Political/legal* (politik/peraturan)
3. *Demografic* (kependudukan)
4. *Social* (sosial)
5. *Technological* (teknologi)

Adapun pengertian dari lingkungan bisnis eksternal diatas ialah adalah:

1. *Economic* (ekonomi)

Pengaruh Ekonomi merupakan salah satu kondisi yang penting dalam aktivitas bisnis. Pada saat negara dalam kondisi tingkat pengangguran rendah dan tingkat pendapatan masyarakat yang naik maka daya beli masyarakat pun menjadi tinggi. Berbagai faktor ekonomi seperti system perpajakan dan perbankan, tingkat investasi dan inflasi juga dapat mempengaruhi perilaku bisnis.

2. *Political/legal* (politik/peraturan)

Kondisi politik dari suatu negara juga menjadi salah satu faktor yang penting dalam lingkungan bisnis eksternal yang perlu untuk dipertimbangkan oleh manajer dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Pemerintah juga melakukan kontrol dalam pembayaran pajak, penerbitan piagam perusahaan serta lisensi bisnis, aturan zonasi, serta peraturan lainnya.

3. *Demografic* (kependudukan)

Faktor demografis ialah faktor dalam lingkungan bisnis eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Aspek demografis seperti usia, jenis kelamin, ras, etnis, serta tempat tinggal. Demografi dapat membantu perusahaan untuk menentukan pasar sehingga produsen mereka juga akan menentukan ukuran dan komposisi tenaga kerja.

4. *Social* (sosial)

Salah satu faktor lingkungan eksternal yaitu aspek sosial seperti sikap, nilai, etika, serta gaya hidup masyarakat yang mempengaruhi apa, di mana, bagaimana, kapan masyarakat akan membeli barang atau jasa. Hal tersebut sulit untuk diprediksi, didefinisikan, serta diukur karena mereka bersifat sangat subyektif. Orang-orang dari setiap usaha

memiliki minat yang luas serta menentang konsumen tradisional.

5. *Technological* (teknologi)

Teknologi ialah penerapan suatu keterampilan sains dan teknik serta pengetahuan yang dimaksudkan guna memecahkan permasalahan kegiatan produksi serta organisasi. Peralatan serta perangkat lunak yang baru dapat meningkatkan produktivitas yang akhirnya mengurangi biaya dan dapat menjadi asset perusahaan yang berharga. Produktivitas ialah jumlah barang serta jasa yang dihasilkan oleh salah satu pekerja.

Manajemen Strategik

Menurut Pearce dan Robinson (1997:20) manajemen strategik ialah berbagai keputusan serta tindakan yang dapat menghasilkan perumusan dan implementasi atau pelaksanaan berbagai macam rencana yang dirancang guna mencapai tujuan dari perusahaan.

Menurut Pearce dan Robinson (1997:229) Suatu landasan yang penting bagi perusahaan adalah mampu dalam memahami dan mencocokkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman yang ada di lingkungan. Dengan memahami hal tersebut dapat memungkinkan perusahaan dapat melihat peran analisis internal dalam pengembangan strategi yang tepat, hal tersebut seringkali dinamakan dengan analisis SWOT, yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan
2. Kelemahan
3. Peluang
4. Ancaman

Adapun pengertian dari ke empat analisis SWOT tersebut adalah:

1. Kekuatan ialah suatu kompetensi khusus yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan di pasaran.
2. Kelemahan ialah kekurangan atau keterbatasan sumber daya, keterampilan dalam perusahaan yang dapat menghambat kinerja efektif perusahaan
3. Peluang ialah suatu kondisi penting yang dapat menguntungkan posisi perusahaan.
4. Ancaman ialah suatu kondisi yang tidak menguntungkan lingkungan perusahaan yang merupakan pengganggu utama dalam posisi perusahaan.

Menurut Ahmad (2020:61) IFAS adalah kepanjangan dari *internal strategic factory analysis summary* yaitu faktor faktor strategi internal suatu

perusahaan, sedangkan EFAS ialah *eksternal strategic factory analysis summary* yaitu faktor eksternal perusahaan. Keduanya dibandingkan untuk menemukan alternatif strategi (S-O, S-T, W-O serta WT)

Perkembangan usaha

Menurut Anoraga yang dikutip (dalam Abdurrohim 2021:208) menjelaskan bahwa pengembangan usaha ialah suatu proses dalam memperbaiki pekerjaan sekarang maupun yang akan datang, dengan melakukan peningkatan kualitas dan kuantitas produksi, serta perluasan usaha, dengan menggerakkan tenaga, badan, serta pikiran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Sumual (2019:15) bentuk-bentuk pengembangan bisnis antara lain:

1. Pengembangan produk
2. Pengembangan pasar
3. Pengembangan organisasi

Adapun pengertian dari tiga bentuk pengembangan bisnis diatas adalah:

1. Pengembangan produk
Pengembangan produk perlu dilakukan karena selera dari konsumen yang dapat terus berubah, hal tersebut dilakukan supaya barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tetap disukai oleh konsumen. Pengembangan produk ialah kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk memperbaiki serta memodifikasi produk atau jasa agar lebih inovatif.
2. Pengembangan pasar
Pengembangan pasar adalah upaya perusahaan dalam memperluas pasar dengan cara mengenalkan produk atau jasa yang diproduksi pada wilayah geografis yang baru.
3. Pengembangan organisasi
Pengembangan organisasi merupakan penyesuaian serta penyempurnaan dari keseluruhan sistem organisasi, maka dari itu penyesuaian serta penyempurnaan dapat dilakukan mulai dari merumuskan tujuan perusahaan kembali serta nilai-nilai organisasi seperti struktur organisasi dan selanjutnya dapat dilakukan penyesuaian serta penyempurnaan untuk fungsi organisasi yang lain seperti produksi,

pemasaran, keuangan, serta sumber daya manusia perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Connole, dkk (1993) yang dikutip (dalam Fitrah, 2017:44) juga memberikan batasan pada penelitian kualitatif yang hanya memfokuskan pada proses identifikasi, dokumentasi, serta mengetahui secara mendalam gejala, nilai, makna, serta keyakinan dan karakteristik umum dari seseorang maupun suatu kelompok masyarakat mengenai peristiwa tertentu.

Fokus Penelitian

menurut Ibrahim (2015:32) menjelaskan bahwa fokus sebagaimana memiliki makna pusat (pusat perhatian), sasaran atau target (pilihan), atau bisa disebut orientasi kajian, jadi fokus dalam penelitian kualitatif ini bisa disebut sebagai pilihan masalah yang telah dijadikan pusat perhatian. Dengan pemaparan yang telah dijelaskan maka dapat diambil fokus dari penelitian ini yaitu mencakup analisis penerapan lingkungan bisnis internal dan lingkungan bisnis eksternal, manajemen strategik dari usaha Batik New Colet, serta perkembangan usaha dari Batik New Colet.

Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan serta memilih lokasi pada usaha Batik New Colet Jombang yang beralamatkan di Desa Jatipelem, RT.04/RW.01 Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471. Peneliti menetapkan lokasi penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana analisis lingkungan bisnis sebagai faktor penentu pertumbuhan usaha yang dimana perumusan masalah didapatkan dari upaya yang dilakukan pemerintah dalam peningkatan perekonomian dengan melibatkan para pelaku UMKM.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari melakukan wawancara melalui subyek yang telah terlibat langsung dalam aktivitas penelitian. Data primer yang diperoleh pada penelitian kali ini berasal dari lokasi penelitian yang melalui proses wawancara oleh informan yang telah dipilih peneliti yang dilakukan secara langsung, dengan menyiapkan kemudian mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan mengenai masalah yang dikaji dengan mendalam. Informan dalam penelitian ini diantaranya ialah:

1. Pemilik usaha Batik New Colet Jombang
2. Pengrajin/pegawai Batik New Colet Jombang
3. Pembeli produk Batik New Colet Jombang
4. Pemerintah daerah yang berkontribusi dalam pembuatan peraturan usaha Batik New Colet Jombang

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara tidak langsung yang didapat melalui beberapa sumber. Data sekunder juga dapat disebut data pendukung yang berupa suatu catatan, dokumen, arsip ataupun laporan yang mempunyai relevansi serta terkait dalam penelitian ini mengenai penerapan lingkungan bisnis sebagai strategi perkembangan usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik dengan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Adapun terdapat penjelasannya sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Hardani (2020:137) wawancara merupakan percakapan melalui tanya jawab antara dua orang maupun lebih yang dilakukan secara langsung dengan tujuan tertentu. Pada penelitian ini penulis mewawancarai beberapa narasumber yaitu pemilik Batik New Colet, pengrajin Batik New Colet, pelanggan Batik New Colet, serta pegawai LPSE Kabupaten Jombang (Lembaga Pengadaan Secara Elektronik).

2. Observasi

Observasi ialah suatu Teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung ke lapangan, yang mana peneliti akan secara langsung berinteraksi dengan subyek yang akan diteliti. Pada penelitian ini penulis terjun langsung pada usaha Batik New Colet untuk memperoleh gambaran sesuai dengan fokus penelitian.

3. Dokumentasi

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode dokumentasi untuk menggali informasi yang dalam bentuk dokumen, buku, foto-foto maupun keterangan lain yang dapat menunjang penelitian pada usaha Batik New Colet Jombang.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan model analisis data yang telah dikembangkan oleh Miles and Huberman (dalam Hardani, 2020:173) yang didalamnya terdapat penjelasan bahwa pada model interaktif, proses reduksi data serta penyajian data dengan memperhatikan hasil data yang telah

dikumpulkan, kemudian melanjutkan proses penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Dalam analisis kualitatif terdapat empat alur kegiatan yang telah dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang dikutip (dalam Suwendra, 2018:76). Adapun keempat alur tersebut yaitu:

1. Pengumpulan data (*Data Collection*)
Didapatkan melalui kegiatan wawancara serta pengamatan lokasi penelitian, pencatatan dokumen dan pengumpulan data dengan metode lainnya sesuai dengan prosedur ilmiah.
2. Pengurangan Data (*Data Reduction*)
Pengurangan data atau data reduksi ialah sebuah cara dalam memilih data atau informasi pokok, merangkum dan menentukan fokus yang telah ditentukan pada hal-hal yang penting, dan tidak menyertakan data yang tidak dibutuhkan pada penelitian.
3. Penyajian Data (*Data Display*)
Sebuah upaya untuk menampilkan data dalam bentuk yang mudah dicermati dan dipahami, dapat berupa grafik, tabel, bagan uraian naratif, jaringan kerja, matriks dan yang lainnya
4. Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion and Verification*)
Kesimpulan awal yang masih bersifat sementara dan dapat berubah apabila adanya bukti baru yang ditemukan juga berubah, tetapi sebaliknya jika data dikatakan valid dan konsisten maka dapat dipastikan temuannya telah kredibel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui wawancara kepada beberapa narasumber, dokumentasi, serta observasi pada usaha Batik New Colet Jombang. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa gambaran analisis penerapan lingkungan bisnis sebagai strategi perkembangan usaha sebagai berikut:

1. Lingkungan Bisnis

A. Lingkungan Bisnis Internal

Menurut Suratman (2021:1) lingkungan bisnis internal dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: tenaga kerja (*man*), modal (*money*), material/ bahan baku (*material*), peralatan/ perlengkapan produksi (*machine*), metode (*methods*)/ managerial.

Sesuai dengan teori dari Suratman, analisis penerapan dari lingkungan bisnis internal Batik New Colet Jombang yaitu:

1. Tenaga kerja (*man*)
Tenaga kerja yang dimiliki oleh Batik New Colet sejumlah 15 orang yang berasal dari

ibu-ibu sekitar tempat usaha tersebut dijalankan. Tenaga kerja pada Batik New Colet cukup kompeten dan loyalkan akan tetapi masih belum cukup kreatif.

2. modal (*money*)
dalam permodalan keuntungan digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan, akan tetapi bahan baku dari pembuatan batik ini dapat naik sewaktu-waktu dan menyebabkan pemilik harus menaikkan harga batik.
3. Material/ bahan baku (*material*)
Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan batik ini ialah malam, kemudian kain mori, kemudian terdapat pewarna yang digunakan terdapat pewarna sintesis dan pewarna kimia. Tidak ada hal yang terlalu menghambat dalam memperoleh bahan baku, karena jika bahan baku habis kemudian melakukan pemesanan pun selalu tersedia, akan tetapi karena daerah yang jauh maka akan memakan waktu pengiriman dua hingga tiga hari.
4. Peralatan/ perlengkapan produksi (*machine*)
Terdapat beberapa peralatan yang digunakan dalam proses yaitu: wajan, kompor, bak, kemudian canting yang terdapat canting cap dan canting tulis. Pemilik Batik New Colet menjelaskan bahwa pemesanan canting masing tergolong lama dan cukup menghambat dalam proses produksi, karena peralatan canting termasuk peralatan penting dalam proses produksi kain batik
5. Metode (*methods*)/ managerial
Faktor managerial pada usaha Batik New Colet dijelaskan dari hasil wawancara Pak Sutrisno selaku pemilik Batik New Colet selalu berinovasi pada motif batiknya agar pelanggan tidak merasa bosan dan usaha Batik New Colet juga tidak tertinggal dengan pengusaha batik yang lain. Kemudian Pak Sutrisno selaku pemilik Batik New Colet juga selalu memberikan motivasi untuk para pengrajin agar lebih semangat dan tertib dalam melakukan pekerjaannya, Pak Sutrisno juga membebaskan para pengrajin agar dapat berkreasi dalam hal pewarnaan dan motif batik.

B. Lingkungan Bisnis Eksternal

Gitman (2018:18) menjelaskan bahwa lingkungan bisnis eksternal terdiri dari atas beberapa organisasi dan kekuatan dari luar, seperti *economic* (ekonomi), *political/ legal* (politik/peraturan), *demographic* (kependudukan),

social (sosial), *technological* (teknologi). Begitu pula dengan analisis penerapan lingkungan bisnis eksternal yang terdapat pada Batik New Colet Jombang sesuai dengan teori dari Gitman, antara lain:

1. *Economic* (ekonomi)
 Dalam faktor ekonomi juga berpengaruh terhadap berjalannya usaha Batik New Colet, karena usaha Batik New Colet sempat mengalami penurunan pembelian pada saat kondisi perekonomian negara sedang tidak stabil akibat dari pandemi tahun 2021. Dalam produksi batik pun terjadi penurunan dari produksi batik cap yang perhari bisa 400 hingga 500 menurun menjadi tidak lebih dari 300 potong kain.
2. *Political/ legal* (politik/peraturan)
 Pada tahun 2022 terdapat peraturan untuk transaksi produk Batik New Colet yaitu melalui *e-catalog*, hal tersebut membuat pemesanan produk batik cukup rumit karena harus melewati beberapa proses, serta pemesanan tidak diberikan modal terlebih dahulu.
3. *Demografic* (kependudukan)
 Pelanggan dari usaha Batik New Colet ini terdapat dari berbagai kalangan mulai dari instansi pendidikan, kemudian dari pemerintah kabupaten, serta sektor swasta. Sehingga hal tersebut membuat Pak Sutrisno selaku pemilik usaha harus mampu untuk membuat batik dengan kualitas terbaik dan dapat diterima dari berbagai kalangan usia
4. *Social* (sosial)
 Sikap masyarakat Indonesia saat ini masih banyak yang melestarikan budaya, sehingga lambat laun batik pun semakin maju banyak serta banyak yang menyukai. Berbeda pada saat dulu Pak Sutrisno selaku pemilik usaha Batik New Colet berkecimpung pada dunia batik tahun 2001 karena jarang ada yang berminat, akan tetapi untuk saat ini batik dari tahun ke tahun sudah mulai eksis, mulai dari anak-anak sekolah dengan seragam batik, kemudian kebaya-kebaya pengantin, sampai untuk kondangan juga masih menggunakan batik
5. *Technological* (teknologi)
 Pada usaha Batik New Colet terdapat dua teknologi elektronik untuk desain motif batik serta untuk proses mlorot. Pada alat elektronik untuk desain motif masih bisa digunakan, akan tetapi karena desain yang terbentuk akan mononton mengikuti desain alat tersebut, jadi motif pun tidak bisa bervariasi. Kemudian untuk proses mlorot

alat tersebut tidak dapat digunakan. Pak Sutrisno selaku pemilik usaha tersebut lebih menyukai batik dengan proses pengerjaan manual atau secara tradisional. karena lumrah nya pembuatan batik dari dulu memang berasal dari proses tradisional.

2. Manajemen Strategik
 Menurut Pearce dan Robinson (1997:229) Suatu landasan yang penting bagi perusahaan adalah mampu dalam memahami dan mencocokkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman yang ada di dalam lingkungan perusahaan.
 Sesuai dengan teori Pearce dan Robinson (1997:229) setelah mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan pada usaha Batik New Colet memiliki beberapa ancaman yang dihadapi oleh Batik New Colet ialah banyaknya kompetitor pengusaha batik membuat Batik New Colet harus pandai pandai dalam berkreasi motif batik agar tidak tertinggal oleh pengusaha batik yang lain, Pak Sutrisno selaku pemilik usaha menjelaskan bahwa terkadang merasa kesulitan dalam berkreasi motif, akan tetapi Pak Sutrisno tetap berusaha agar tidak tertinggal dengan usaha batik yang lain. Sedangkan peluang yang ada ialah karena dari tahun ke tahun masyarakat Indonesia terlihat masih gemar dengan batik, seperti pemerintah yang mewajibkan seragam batik untuk anak-anak di sekolah, kemudian masyarakat masih menggunakan fashion batik dalam acara formal di kondangan, serta kebaya pernikahan yang tetap menggunakan batik hingga saat ini.
 Setelah mengidentifikasi ancaman dan peluang, Batik New Colet juga menjelaskan kelemahan serta kekuatan internal yang dimiliki. Dalam hal ini Batik New Colet memiliki kelemahan yaitu Pak Sutrisno selaku pemilik usaha yang terkadang masih merasa kebingungan dalam berkreasi menghasilkan motif yang menarik, serta terkadang masih merasa kuwalahan dalam memenuhi permintaan konsumen. sedangkan kekuatan yang dimiliki oleh Batik New Colet adalah prinsip yang dipegang oleh pemilik usaha sebisa mungkin untuk menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu, serta dari para pengrajin yang bersedia lembur agar pesanan dapat selesai pada waktu yang telah dijanjikan. Kemudian dari pembuatan batik disini lebih banyak menggunakan batik coletan yang hasilnya akan lebih menarik dan lebih detail.
 Menurut Ahmad (2020:61) IFAS adalah kepanjangan dari *internal strategic factory analysis*

summary yaitu faktor faktor strategi internal suatu perusahaan, sedangkan EFAS ialah *eksternal strategic factory analysis summary* yaitu faktor eksternal perusahaan. Keduanya dibandingkan untuk menemukan alternatif strategi. Sesuai dengan teori Ahmad (2020:61) Berdasarkan gambaran analisis tersebut, maka terdapat empat bagian alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh usaha Batik New Colet dalam menghadapi persaingan dari pengusaha batik lain:

1. Strategi *Strengths-Opportunity*
 - a. Mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk serta pelayanan terhadap pelanggan dengan tetap melakukan inovasi terhadap motif
 - b. Menjaga *image* serta citra baik dari perusahaan, dikarenakan para pelanggan dari Batik New Colet berasal dari berbagai kalangan, maka penting bagi suatu perusahaan untuk selalu menjaga *image* dari perusahaan tersebut.
 - c. Menjaga hubungan baik dengan para pelanggan yang berasal dari berbagai kalangan, dengan adanya persaingan yang ketat maka Batik NewColet perlu untuk menjaga hubungan baik dengan para pelanggan.
 - d. Melakukan pelatihan kepada para pengrajin agar para pengrajin dapat lebih kreatif dan percaya diri dalam menyumbangkan ide motif dan pewarnaan batik
2. Strategi *Weakness-Opportunity*
 - a. Menambah jumlah karyawan, agar proses pengerjaan batik menjadi lebih cepat dan efektif terhadap waktu, serta tidak merasa kebalahan apabila pesanan telah datang dalam jumlah yang banyak.
 - b. Meningkatkan kemampuan dalam berinovasi terhadap produk dengan tetap update terhadap motif yang sekarang sedang trend di pasaran.
 - c. Memperluas promosi melalui media sosial, dikarenakan saat ini sedang maraknya berbelanja secara online, maka Batik New Colet dapat menggunakan media seperti Shopee, Lazada, Tiktok, serta media sosial lain yang saat ini sedang banyak digunakan.
 - d. Menjaga hubungan baik dengan para pemasok agar bahan serta peralatan yang dibutuhkan dapat selalu tersedia sehingga memudahkan kegiatan operasional perusahaan.
 - e. Merekrut pegawai lain yang mampu dan ahli dalam membuat laporan keuangan, dan

membantu kegiatan operasional perusahaan yang lain.

3. Strategi *Strengths-Threats*

- a. Melakukan pengembangan produk, seperti menambah inovasi model produk yang awalnya hanya menjual kain batik polos maka bisa menjual batik dengan model kebaya, kerudung, serta model pakaian yang lain.
- b. Memanfaatkan teknologi yang telah berkembang, agar lebih efektif dalam melakukan produksi serta melakukan pemasaran.

4. Strategi *Weakness-Threats*

- a. Meningkatkan daya saing, dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan seperti menyediakan motif batik yang lebih bervariasi dan mengikuti selera pasar saat ini.
- b. Mengoptimalkan kualitas produk serta mutu pelayanan kepada para pelanggan dan meningkatkan efektivitas dalam pemasaran online maupun offline dalam menghadapi persaingan pasar.
- c. Memberikan harga diskon terhadap pelanggan tetap,

3. Perkembangan Usaha

Menurut Anoraga yang dikutip (dalam Abdurrohm, 2021:208) menjelaskan bahwa pengembangan usaha adalah suatu kegiatan memperbaiki pekerjaan sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan kualitas segala aspek. pengembangan usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pelaku usaha yang membutuhkan pandangan ke depan dan kreatifitas. Terdapat tiga bentuk-bentuk dari pengembangan usaha menurut Sumual (2019:15) yaitu: pengembangan produk, pengembangan pasar, dan pengembangan organisasi. Sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Sumual terdapat 3 bentuk pengembangan usaha pada Batik New Colet yaitu:

1. Pengembangan produk

Pada usaha Batik New Colet melakukan pengembangan produk dengan terus berinovasi dan berkreasi dalam membuat motif batik agar pelanggan tidak merasa bosan, serta tetap mengedepankan kualitas kain batik, mulai dari bahan, motif, serta corak warna. Para pelanggan juga merasa puas dengan produk yang dihasilkan karena pewarnaan pada kain tidak mudah luntur, motifnya juga bervariasi dari tahun ke tahun

selalu mengikuti apa yang laris dipasaran, sehingga tetap eksis dan pelanggan pun merasa cocok dan memilih untuk berlangganan di Batik New Colet.

2. Pengembangan pasar
Pengembangan pasar dilakukan dengan mengenalkan produk keluar daerah melalui Instagram dan web. Karena Pak Sutrisno selaku pemilik usaha telah berkecimpung di dunia batik sejak lama, maka dengan teman sesama pengusaha batik juga memperbanyak relasi untuk memperkenalkan produk dari mulut ke mulut.
3. Pengembangan organisasi
Dalam penyempurnaan proses produksi, Batik New Colet berusaha untuk menghasilkan produk batik dengan berbagai motif lebih menarik serta tetap melakukan inovasi motif yang sedang eksis di pasaran agar tidak tertinggal dengan pengusaha yang lain. Pak Sutrisno selaku pemilik usaha juga selalu memberikan motivasi terhadap para pengrajin untuk lebih kreatif dan bisa belajar berkreasi terhadap motif dan pewarnaan kain batik. Akan tetapi pada pemasaran produk belum terdapat pengembangan rencana, tapi untuk kedepannya akan tetap berusaha untuk mengenalkan produk Batik New Colet. Kemudian dalam aspek keuangan masih tetap stabil dengan memutar keuntungan yang diperoleh untuk kebutuhan operasional usaha seperti memberi membeli bahan baku dan peralatan untuk proses produksi serta gaji untuk pengrajin, dan kebutuhan operasional usaha yang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, analisis penerapan lingkungan bisnis sebagai strategi perkembangan usaha pada Batik New Colet Jombang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lingkungan bisnis
Pada lingkungan internal usaha Batik New Colet Jombang telah diidentifikasi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi jalannya aktivitas usaha pada Batik New Colet. Terdapat 5 faktor dalam lingkungan internal bisnis yaitu: tenaga kerja (*man*), modal (*money*), material/ bahan baku (*material*), peralatan (*machine*), metode (*methods*)/ managerial. Tenaga kerja yang dimiliki oleh Batik New Colet sejumlah 15 orang yang berasal dari ibu-ibu sekitar tempat usaha tersebut dijalankan. Mereka mengikuti pelatihan

yang diadakan oleh desa dalam program pemberdayaan masyarakat, yang pada akhirnya menjadi pengrajin di Batik New Colet. Awal membangun usaha Batik New Colet pemilik usaha meminjam modal dari bank, keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut digunakan untuk berjalannya kegiatan operasional perusahaan. Bahan baku yang digunakan pada pembuatan batik ialah kain mori, malam, serta pewarna sintetis dan pewarna kimia. Bahan baku diperoleh dari luar daerah dengan kualitas yang baik. Sedangkan untuk peralatan produksi batik ialah wajan, kompor, bak, canting cap dan canting tulis. Sedangkan pemesanan alat canting cap memakan waktu cukup lama sehingga dapat menghambat proses produksi karena canting merupakan peralatan penting dalam produksi pembuatan batik. Dalam menjalankan usahanya Pak Sutrisno selaku pemilik usaha selalu berinovasi pada motif batik agar pelanggan tidak merasa bosan dan tidak tertinggal dengan pengusaha batik yang lain. Pak Sutrisno juga selalu memberikan motivasi terhadap para pengrajin serta memberi kebebasan untuk pengrajin agar dapat berkreasi dalam motif serta pewarnaannya.

Sedangkan pada lingkungan bisnis eksternal pada Batik New Colet telah diidentifikasi bahwa terdapat 5 faktor yaitu: *economic* (ekonomi), *political/ legal* (politik/peraturan), *demografic* (kependudukan), *social* (sosial), serta *technological* (teknologi). Tingkat kestabilan dari perekonomian negara juga cukup berpengaruh terhadap usaha Batik New Colet. Pada saat ekonomi negara sedang tidak stabil produksi batik pun cukup menurun. Pada tahun 2022 terdapat peraturan untuk transaksi produk Batik New Colet yaitu melalui *e-catalog*, hal tersebut membuat pemesanan produk batik cukup rumit karena harus melewati beberapa proses, serta pemesanan tidak diberikan modal terlebih dahulu. Pelanggan Batik New Colet merupakan berasal dari beberapa kalangan mulai dari instansi pendidikan, pemerintah kabupaten, serta ektor swasta. Dalam aspek sosial sendiri karena masyarakat saat ini masih gemar dalam mengenakan batik dalam berbagai kegiatan formal maupun informal. Pak Sutrisno selaku pemilik usaha Batik New Colet menjelaskan bahwa dalam produksi pembuatan batik sendiri lebih menyukai teknik manual daripada menggunakan teknologi karena lumrah batik memang menggunakan teknik manual.

2. Manajemen Strategik
Setelah dilakukan pemetaan beberapa faktor lingkungan bisnis internal dan eksternal maka

didapatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha Batik New Colet Jombang. Kemudian dari matriks SWOT muncul beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan Batik New Colet, seperti menjaga citra dan nama baik perusahaan, menjaga hubungan baik dengan para pemasok dan pelanggan, dan sebagainya.

3. Perkembangan Usaha

Dalam melakukan perkembangan produk Batik New Colet akan terus berinovasi terhadap motif agar pelanggan tidak merasa bosan dan puas dengan produk batik yang dihasilkan. Dalam pengembangan pasar Batik New Colet mengenalkan produk dengan media sosial instagram dan web, serta dari mulut ke mulut. Dalam pengembangan organisasi pemilik usaha juga tetap berusaha menghasilkan produk dengan kualitas terbaik, berusaha melakukan pemasaran produk lebih luas, serta memberikan motivasi kepada para pengrajin agar termotivasi untuk lebih kreatif dalam memberikan perwarnaan dan motif dari kain batik.

SARAN

a. Saran untuk akademisi

1. Dapat menjadi pertimbangan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan model penelitian yang sebagaimana dimiliki oleh peneliti, namun dengan menggunakan obyek penelitian perusahaan lain baik pesaing maupun perusahaan dalam bidang yang lain.

b. Saran untuk praktisi

1. Pemilik usaha sebisa mungkin dapat mempertahankan kekuatan internal usahanya serta meminimalisir kekurangan internal yang ada untuk dapat memanfaatkan peluang dengan meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan dari Batik New Colet.
2. Menjaga *image* dan citra baik dari Batik New Colet dengan melakukan pengembangan produk dan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan dari berbagai kalangan dan para pemasok
3. Pemilik usaha juga dapat menggunakan media sosial lain untuk mengenalkan produknya lebih luas agar produk Batik New Colet dapat dikenal lebih luas oleh berbagai kalangan serta selalu melakukan inovasi terhadap motif-motif produk agar lebih menarik.
4. Pemilik usaha juga dapat menambah jumlah pengrajin agar tidak kuwalahan pada saat pesanan datang dalam jumlah banyak serta

pesanan dapat tetap selesai dengan tepat waktu.

5. Batik New Colet juga dapat memanfaatkan teknologi yang telah berkembang serta pemilik usaha dapat merekrut pegawai yang mampu dalam membantu mengelola jalannya aktivitas usaha dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Abdubrohim, D. (2021). *Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Bahauddin, A., & dkk. (2020). *Manajemen Bisnis Kontemporer: Prinsip Dasar Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Jayani, D. H. (2021, Agustus 13). *Kontribusi UMKM Terhadap Ekonomi Terus Meningkat*. Retrieved from databooks.katadata.co.id: <https://databook.katadata.co.id>
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gitman, L. J. (2018). *Intoduction To Business*. Texas Houston: OpenStax Rice University.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliasari, I. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pontianak: Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (1997). *Manajemen Strategik*. Binarupa Aksara.
- Prawironegoro, D. (2016). *Pengantar Bisnis Modern Abad 21*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sumual, T. E., Soputan, G. J., & Kawulur, A. F. (2019). *Manajemen Pengembangan Bisnis: (Pengembangan Empirik Pada "Tibo-TIbo"*

Perempuan Nelayan). Surabaya: R.A. De Rozarie.

Suratman, A. (2021). *Analisis Lingkungan Bisnis Dan Hukum*. Jakarta Pusat: Mandala Nasional.

Suwendra, W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Nilacakra