

# Strategi Bisnis Dalam Keunggulan Bersaing Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Sisik Melik Batik Banyuwangi

Elok Rosyidah <sup>1</sup>, Sahru Romadloni <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

DOI: <https://doi.org/10.47134/trilogi.v2i2.36>

\*Correspondensi: Elok Rosyidah

Email:

[elok.rosyidah@untag-banyuwangi.ac.id](mailto:elok.rosyidah@untag-banyuwangi.ac.id)



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra dan produk merupakan strategi diferensiasi dalam penelitian ini, sedangkan inovasi produk dan inovasi pemasaran adalah inovasi dalam penelitian ini. Strategi diferensiasi serta inovasi dalam upaya peningkatan penjualan Sisik melik dapat dibuktikan dari data jumlah penjualan yang meningkat selama tahun 2021 serta dapat mempertahankan diri pada posisi pasar persaingan.

**Keywords:** Strategi bisnis; keunggulan bersaing, batik banyuwangi.

**Abstract:** Various batik industries are increasingly emerging and display different competitive advantages, ranging from motifs, raw materials, production processes, marketing strategies and various elements that support them. Melik scales are increasingly recognized by the wider community through their characteristics. Product quality and new product innovations as well as implemented marketing resulted in an increase in sales at Sisik melik. Innovation can be one of the factors in order to survive in the market by providing a plus value over other batik industries. Sales of an industry above the average of other competitors can be owned if through competitive advantage. This study aims to analyze business strategies in competitive advantage to increase sales of Sisik melik Batik Banyuwangi products. This research use descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, interview and documentation techniques. The results show that image and product are differentiation strategies in this study, while product innovation and marketing innovation are innovations in this study. Differentiation and innovation strategies in an effort to increase sales of Melik scales can be proven from data on the number of sales increasing during 2021 and being able to maintain themselves in a competitive market position.

**Keywords:** Business Strategy; competitive advantage, banyuwangi batik.

## Pendahuluan

Strategi dalam pengelolaan bisnis di era industri 4.0 menjadi sering diperbincangkan dikarenakan lingkungan yang semakin kompetitif, sehingga setiap pelaku usaha memiliki

tujuan mengalahkan para pesaing dan mendapatkan serta memenangkan pelanggan baru. Agustina (2020) menjelaskan bahwa persaingan bisnis dalam perkembangan ekonomi saat ini semakin ketat. Strategi bersaing perlu dimiliki oleh para pelaku bisnis untuk mencapai keberhasilan secara efektif. Kunci yang sangat berharga dalam sebuah persaingan yaitu strategi pelaku bisnis memenangkan persaingan dengan meningkatkan kemampuan serta keterampilan dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Porter dalam Agustina (2015) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan taktik perusahaan dalam mengklasifikasi serta benar-benar mengimplementasikan strategi generik yang ada pada perusahaan. Diferensiasi, inovasi, dan merupakan strategi yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam mencapai keunggulan bersaing.

Diferensiasi menurut Suryana dalam Agustina (2015) adalah salah satu strategi yang berguna untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan nilai plus atau istimewa pada sebuah produknya, baik berupa barang ataupun jasa. Nilai tambah suatu produk dapat berupa tingkat kualitas produk, keunikan, sifat-sifat khusus serta pelayanan lainnya.

Maesaroh (2020) mengungkapkan bahwa perusahaan yang memanfaatkan keunggulan bersaing akan lebih mudah menerapkan strategi agar dapat meningkatkan penjualannya. Begitu juga pada salah satu industri batik di Banyuwangi yaitu Sisik Melik Banyuwangi. Berbagai industri batik semakin bermunculan dan juga menampilkan keunggulan bersaing yang berbeda, mulai dari motif, bahan baku, proses produksi, strategi pemasaran serta berbagai elemen yang mendukungnya. Pengrajin batik pada masing-masing daerah mempunyai ciri khas tersendiri, begitu juga di Banyuwangi.

Strategi mengacu pada strategi yang digunakan perusahaan untuk memilih pasar yang lebih sempit (ceruk pasar). Menurut Porter dalam Maryani (2019) strategi adalah serangkaian tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa yang melayani kebutuhan segmen persaingan tertentu. Perusahaan menggunakan strategi saat mereka memanfaatkan kompetensi inti mereka untuk melayani kebutuhan segmen industri tertentu atau ceruk dengan mengesampingkan orang lain. Strategi akan menargetkan segmen pasar secara spesifik diantaranya: (1) kelompok pembeli tertentu (remaja atau lansia). (2) segmen produk yang berbeda atau (3) pasar geografis yang berbeda.

Data Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pertambangan Kabupaten Banyuwangi mencatat bahwa di Banyuwangi sudah tersebar beberapa industri batik antara lain Godho, Karang Segoro, Vierdes, Sritanjung, Srikandi, Pringgokusumo, Tatsaka, Seblang, dan masih banyak industri batik lainnya yang tersebar di Banyuwangi. Pelaku bisnis harus mewaspadaikan persaingan sesama usaha batik khususnya Sisik Melik Batik Banyuwangi agar tingkat minat konsumen terhadap produk dapat meningkat.

Sisik Melik ialah salah satu industri batik yang familiar dan eksis di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat khususnya di Banyuwangi. Sisik Melik selalu terlibat diberbagai macam acara. Keberadaan Sisik Melik juga semakin terkenal. Hal itu mampu menjadi salah satu keunggulan bersaing serta menjadi citra tersendiri bagi Sisik Melik untuk terus masuk pada pasar lokal ataupun internasional (Willy, 2021). Penjualan produk yang terus meningkat dapat menjadi bukti Sisik Melik banyak diminati masyarakat luas. Berikut data penjualan produk Sisik Melik pada tahun 2021 di masa pandemi untuk menunjang penjualan.

Tabel 1 Data penjualan produk Sisik Melik 2021

<i>Bulan</i>	<i>Jumlah Penjualan</i>
<i>Januari</i>	259
<i>Februari</i>	248
<i>Maret</i>	290
<i>April</i>	381
<i>Mei</i>	217
<i>Juni</i>	360
<i>Juli</i>	100
<i>Agustus</i>	277
<i>September</i>	165
<i>Oktober</i>	681
<i>November</i>	535
<i>Desember</i>	982

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 1 data jumlah penjualan pada tahun 2021 menunjukkan bahwa penjualan Batik Sisik Melik terlihat kurang stabil, Karena di masa Pandemi Pemerintah terus memberikan aturan-aturan seperti PPKM, namun ketidaksatilan penjualan menunjukkan peningkatan jumlah penjualan. Sisik Melik Batik merupakan salah satu pengrajin usaha batik yang mempunyai daya kreatif yang tinggi untuk menciptakan difrensiasi, inovasi dan produknya. Sisik Melik melakukan modifikasi terhadap motif batik Banyuwangi, tidak hanya motif klasik dan kontemporer namun juga memadumadankan dengan gambar-gambar gadrung yang diberi nama "Sisikmelik Gandrung Series".

Penjualan meningkat salah satunya diakibatkan dari Strategi diferensiasi, inovasi dan yang dapat mengembangkan serta mempertahankan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing akan mendorong Sisik Melik Batik dapat meningkatkan omset penjualan dari tahun ke tahun. Inovasi juga dapat menjadi faktor untuk bisa bertahan pada pasar dengan memberikan nilai plus di atas pesaing. Penjualan suatu industri di atas rata-rata pesaing lainnya dapat dimiliki jika melalui keunggulan bersaing.

Adapun dasar pertimbangan dilakukannya penelitian pada Sisik Melik Batik Banyuwangi dikarenakan fenomena yang ditemukan di lapangan melalui proses wawancara dan \ dari data penjualan produk. Maka dari itu penulis ingin memahami lebih dalam lagi mengenai "Strategi Bisnis Dalam Keunggulan Bersaing Terhadap Peningkatan Penjualan Di Sisik Melik Batik Banyuwangi".

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Sugiono (2015:29) deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode yang menggambarkan serta menganalisis sebuah hasil penelitian dan bertujuan untuk menggambarkan, mendeskripsikan atau melukiskan secara sistematis, faktual serta akurat terkait fakta, sifat dan hubungan antar fenomena yang diamati. Penelitian ini

mendesripsikan tentang peran strategi bisnis dalam keunggulan bersaing terhadap peningkatan penjualan di Sisik Melik Batik Banyuwangi. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini melalui observasi, wawancara langsung, dan hasil penelitian-penelitian terdahulu.

## Hasil dan Pembahasan

### Gambaran Umum Sisik Melik Batik

Sisik Melik adalah salah satu merek batik di Banyuwangi yang mengangkat motif khas daerah sebagai produk unggulan. Gallery Batik Sisikmelik didirikan tahun 2014 oleh Ridho & Lia. Nama "Sisikmelik" adalah salah satu kosakata Suku Osing (Suku asli Banyuwangi) yang bermakna "Kembang Desa".

Pasangan suami istri ini memberikan nama Sisikmelik pada gallery batiknya karena teriring doa dan cita-cita kelak Gallery Batik Sisikmelik akan menjadi barometer industri Fashion Batik Banyuwangi yang sanagat digandrungi para pecinta batik layaknya Kembang Desa.

Sisikmelik Batik Gallery berdiri pertama kali di Jl. Nusantara 45 Kampung Mandar (arah Pantai Boom) Kec. Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi yang hingga saat ini menjadi galeri Utama Sisikmelik Batik Gallery. Dalam perjalanannya hingga saat ini Sisikmelik Batik Gallery Memiliki 5 Cabang. Diantaranya selain Cabang Utama Banyuwangi, Cabang Rogojampi, Cabang Hotel Luminor, Cabang Hotel Mirah, dan Cabang Pedotan.

### Difrensiasi Sisik Melik Batik

Citra produk merupakan strategi difrensiasi dalam penelitian ini. Citra produk menggambarkan sejauh mana perusahaan dapat mengukir citra yang kuat. Diferensiasi citra itu sendiri dapat terlihat dari sisi acara, prestasi, suasana maupun media audio visual. Poin penilaian acara menggambarkan bahwa strategi diferensiasi citra.

Citra produk yang positif tercipta karena adanya kesan yang terbentuk dari adanya informasi dan fakta yang diterima dan ini akan mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian. Kaitan dengan hal ini adalah bahwa Sisik Melik memiliki citra yang positif dari para pelanggannya dilihat dari review pembeli di website "Review Pelanggan Kami". Berbagai komentar positif yang dituliskan oleh pelanggan seperti: kain bagus, warna yang milenial, pelayanan cepat dan ramah, harga yang kompetitif, dan tempat nyaman.

Willy (2021) selaku Manajemen Pemasaran mengungkapkan bahwa Sisik Melik Batik sering kali mengikuti kegiatan-kegiatan fashion batik yang diadakan didalam maupun diluar kota. Batik-batik juga dikenalkan melalui pameran-pameran batik. Limited edition adalah istilah pada motif produk Sisik Melik yang menjadi alasan ketertarikan konsumen, karena Sisik Melik Batik hanya menjual satu motif batik untuk satu potong kain batik, untuk produksi potongan-potongan yang lain menggunakan motif yang baru sehingga motifnya selalu berbeda sehingga customer lebih percaya diri serta bangga dengan barang yang limited. selain sebagai penjual kain batik, juga menerima jasa konsultasi motif yang diinginkan konsumen serta melayani jasa jahit *customer*. Beberapa produk unggulan

Sisikmelik Batik Gallery adalah Kain Batik Khas Banyuwangi jenis Stamp, Semi Tulis, Tulis Kontemporer, Dan Tulis Klasik. Selain itu juga tersedia baju batik *ready to wear* pria dan wanita dengan stok terbatas dan design yang modern casual sehingga tidak terlihat formal. Menyediakan penjualan handycraft berbahan batik khas Sisik Melik. Berikut tabel perbandingan Batik Sisik Melik dengan batik lain yang ada di Banyuwangi.

**Tabel 2. Perbandingan Batik Sisik Melik dengan Batik yang Lain**

No	Nama Batik	Motif	Warna
1.	Sisik Melik	Motif setiap kain berbeda, berani beda dari pasaran.	Warna berani, netral dan bertabrakan
2.	Tatsaka	Motif mengikuti pasar.	Warna berani.
3.	Sekar Bakung	Motif mengikuti pasar.	Warna netral, seperti hitam, putih, dan coklat.
4.	Gondho Arum	Motif mengikuti selera pasar.	Warna berani.
5.	Sayu Wiwit	Tidak memiliki banyak motif.	Warna berani.
6.	Sritanjung	Motif mengikuti pasar.	Warna netral dan cenderung lebih gelap.
7.	Pringgo kusumo	Satu motif untuk banyak warna.	Warna berani seperti merah, hijau, ungu, biru, dan pink.
8.	Seblang	Hanya motif kuno.	Warna netral seperti coklat, hitam, dan cream.
9.	Sekar Tanjung	Motif mengikuti pasar.	Warna batik monokrom.
10.	Godho`	Motif setiap kain berbeda,	Warna berani, netral

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan perbandingan motif batik Sisik Melik dengan batik yang lain, batik Sisik Melik lebih unggul karena dalam pemilihan motif mereka hanya menggunakan satu motif untuk satu potong kain, sedangkan produsen batik lain mengikuti selera pasar dan motif batiknya cenderung sama dan diulang pada kain berikutnya. Sisik Melik memadumadankan motif batik khas Banyuwangi dengan gambar icon seperti Gandrung.

### Inovasi Sisik Melik Batik

Inovasi produk serta inovasi pemasaran merupakan inovasi dalam penelitian ini. Inovasi produk semakin berkembang melalui kerja sama dengan berbagai desainer dengan harapan mampu menciptakan inovasi produk baru sesuai dengan keinginan konsumen

dan mampu bersaing dengan usaha batik lainnya khususnya yang ada di Banyuwangi. Sisik Melik melakukan inovasi berkolaborasi dengan desainer terkenal Banyuwangi yaitu Isyam Syamsi. Kolaborasi ini menjadi sebuah keunggulan yaitu memberikan free desain dan konsul bagi para pembeli yang merasa kebingungan.

Sisik melik Galeri Batik mengusung konsep artshop dan café sehingga bagi pengunjung yang ingin membeli batik mereka juga bisa menikmati aneka kopi Banyuwangi sehingga membuat pembeli nyaman dan santai. Konsep seperti ini menjadi salah satu daya tarik dan inovasi untuk mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Sisik melik menciptakan masker batik seiring dengan pandemi covid-19. Inovasi ini terbentuk atas dua komponen yakni implementasi inovasi dan kreativitas. Munculnya inovasi karena adanya ide kreatif dari para pengrajin itu sendiri. Kreativitas tersebut yang nantinya akan didominasi oleh implementasi inovasi berupa produk-produk baru. Sejauh ini inovasi yang terus digali oleh Sisik melik adalah menciptakan motif baru yang sukar untuk ditiru (Sulistya, 2020).

Inovasi pemasaran yang dilakukan Sisik melik yaitu berusaha mencari pangsa pasar baru melalui publisitas dengan media sosial, media cetak dan media elektronik. Hubungan dengan pelanggan biasanya memberikan bonus serta potongan harga kepada pelanggan, sedangkan hubungan dengan masyarakat sekitar yaitu memberikan bantuan seperti pembangunan infrastruktur. Inovasi penyaluran distribusi yang dilakukan oleh batik Sisik Melik ada dua cara, yaitu online dan offline. Memanfaatkan media sosial dan website untuk media promosi dan penjualan. Tujuannya adalah agar membantu dalam proses transaksi pembelian, serta branding. Hingga mendorong terciptanya brand awareness untuk brand ataupun produk yang dijual. Lokasi *offline store* berada di beberapa lokasi yaitu Galeri Banyuwangi (Jl. Nusantara No 45 (Arah Pantai Boom), Galeri Rogojampi (Jl. Raya Lkban Sukadi (300 meter selatan Poliwangi), Galeri Jember (Jl. Pb. Sudirman No 19 (Depan SMPN 2 Jember).

### **Peran Strategi Bisnis Dalam Keunggulan Bersaing Terhadap Peningkatan Penjualan Di Sisik Melik Batik Banyuwangi**

Sisik melik memiliki strategi bisnis yaitu diferensiasi dan inovasi yang merupakan komponen utama untuk membedakan dengan industri batik lainnya, dengan begitu penjualan batik akan semakin meningkat. Penciptaan ide-ide baru serta perluasan pemasaran menjadi sesuatu yang baru bagi Sisik melik dan dengan inovasi dan kreatifitas tersebut, Sisik melik mampu memutuskan pangsa pasar yang sesuai. Strategi diferensiasi dan inovasi pada Sisik melik menjadi indikator penting untuk peningkatan penjualan dari

batik itu sendiri. Hal tersebut tentu menjadi tolak ukur keunggulan bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Penjualan Sisik melik akan semakin meningkat melalui strategi diferensiasi serta inovasi. Hal ini dibuktikan dari data jumlah penjualan Sisik melik yang meningkat, review yang positif, dengan begitu kedepannya Sisik melik akan terus menggali potensi sumber-sumber bersaing dengan memprioritaskan pada fokus peningkatan kualitas produk, membangun loyalitas konsumen, memperluas lini bisnis dan memperkuat posisinya dari berbagai sisi.

## Simpulan

Sisik Melik Batik Banyuwangi merupakan salah satu industri pengrajin batik yang terkenal di Banyuwangi. Menggunakan Strategi Bisnis yang tepat membuat Sisik Melik menjadi salah satu Batik yang sangat dicari. Diferensiasi produk dengan memberikan perpaduan motif dan warna batik serta desain jahitan yang tidak monoton sehingga membuat Sisik Melik Batik tidak terlihat kuno namun kekinian dan modern. Inovasi yang dilakukan terus menerus akan mengarahkan Sisik Melik Batik kepada keunggulan bersaing.

Berdasarkan pada pengalaman langsung dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami sehingga perlu perbaikan-perbaikan dalam penelitian kedepannya. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk bisa menambah variabel lain yang mungkin mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

## Daftar Pustaka

- Agustina, T. S. (2015). *Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- <http://batikbanyuwangi.net> , Diakses tanggal 14 Juni 2022.
- Maryani, Linda dkk (2019) Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riste Bisnis dan Investasi* Vol. 5, No 1. April 2019.
- Paryanti, R. (2015). "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Hotel resty Menara Pekanbaru". *JOM FISIP*. 2(2), 2–13.
- Riyanto, B. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sisik Melik Batik Banyuwangi. Diakses dari <https://batiksisikmelik.com/review.html> , Diakses 14 Juni 2022.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tampi, N. (2015). "Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT. Telkomsel Grapari Manado)". *Jurnal EMBA*. ISSN:2303-1174, 3(4), 64 – 81.

- 
- Vanessan, dkk. (2014). "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Desa Kota Manado". Jurnal EMBA. Vol. 7, No.2.
- Willy, (2021). Manajer Pemasaran. Wawancara Sisik Melik Batik Banyuwangi (60 Menit). Banyuwangi.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). Essentials of Service Marketing. 3rd ed. Essex: Pearson. Buku/Publikasi Terbitan Lembaga/Badan/Organisasi: