

BAB III

ANALISA INDUSTRI

A. GAMBARAN MASA DEPAN DAN TREND

Nature Batik melihat bahwa bisnis ini memiliki prospek ke depan yang bagus untuk pangsa pasar luar negeri. Hal ini didukung dengan fakta-fakta tentang adanya peningkatan penjualan batik ke luarnegeri yang pesat.

- ✓ Tahun 1993, export batik meningkat cukup mencolok yaitu 34% mencapai US\$ 156,4 juta dibanding tahun sebelumnya, dimana negara pengexport terbesar adalah Jepang (*Sumber : SWA 06/X-September/1994*)
- ✓ Tahun 1994, ekspor batik diramalkan akan meningkat sampai 2 kali lipat dibanding tahun sebelumnya (*Sumber : SWA 06/X-September/1994*)
- ✓ Tahun 1998, ekspor batik menjadi Rp 384 miliar dengan adanya krisis ekonomi di Indonesia. Negara tujuan ekspor yang terbesar adalah Jepang, Eropa dan Amerika Serikat.

Karena target market Nature Batik adalah orang luar negeri yang berkunjung ke Indonesia, maka kami optimis usaha Nature Batik ini memiliki peluang yang cukup besar jika melihat peningkatan export batik tersebut.

Selain itu kami juga melihat kunjungan turis-turis asing yang datang ke langsung ke Bali terutama turis dari negara target pasar kami yaitu Jepang,

Amerika dan Eropa. Data peningkatan kedatangan turis-turis mancanegara ke Bali di tahun 1996 dan 1997, yaitu :

- ✓ Tahun 1996, terjadi peningkatan turis-turis mancanegara yang langsung datang ke Bali sebesar 12,32 % yaitu dengan jumlah 1.138.895 orang.

5 Besar negara yang paling banyak berkunjung ke Bali tahun 1996 :

<u>Negara</u>	<u>Jumlah</u>
1. Australia	190.688 orang
2. Jepang	164.072 orang
3. Taiwan	101.015 orang
4. Jerman	91.527 orang
5. Inggris	82.082 orang

(Sumber : Bali Dalam Angka 1997, hal 334-335, BPS)

- ✓ Tahun 1997, terjadi peningkatan turis-turis asing yang datang langsung ke Bali sebesar 8,03 % yaitu dengan jumlah 1.230.316 orang

5 Besar negara-negara yang paling banyak berkunjung ke Bali th 1997 :

<u>Negara</u>	<u>Jumlah</u>
1. Australia	271.456 orang
2. Jepang	240.245 orang
3. Taiwan	97.533 orang
4. Jerman	94.367 orang
5. Inggris	89.388 orang

(Sumber : Bali Dalam Angka 1997, hal 334-335, BPS)

Puncak kedatangan yaitu bulan Juni – September, dimana mempengaruhi penjualan dari usaha ini.

Kami memperoleh informasi pula bahwa meskipun terjadi penurunan pertumbuhan batik untuk pasar dalam negeri tetapi terjadi peningkatan untuk pasar luar negeri dari penjualan batik.

Untuk *trend* atau kecenderungan pasar yang akan datang akan semakin banyak orang asing yang mengenal batik dan menyukainya. Informasi tentang batik ke luar negeri akan semakin banyak dengan adanya internet dan kemajuan teknologi lainnya. Perlu adanya pengembangan produk baru, dan hal itu telah dilakukan oleh beberapa industri batik yang mengeksport batiknya ke luar negeri, misalnya tas, topi, sarung bantal, seprei, dasi, dll.

Kami di galeri mengadakan pengembangan produk baru seperti batik dipakai untuk interior desain seperti *wallhanging* lalu kain batik kami desain dan jahit dengan pengembangan mode, yaitu untuk pakaian pesta ala barat yang disesuaikan dengan perkembangan trend mode saat itu.

B. ANALISA PESAING

a) Pesaing

Pesaing kami dibagi menjadi 2 yaitu :

- Pesaing Tidak Langsung : Pesaing yang berada disekitar galeri kami tepatnya di kawasan Kuta Square. Ada 30 toko di Kuta Square Shopping Centre. Mereka kebanyakan menjual baju-baju luar

negeri dan baju bali. Ini merupakan barang substitusi dari produk kami. Contoh : Gianni Versache, Tommy, DKNY,dll.

- Pesaing Langsung : Pesaing langsung kami adalah toko-toko menjual Batik tulis, antara lain Batik Keris di Nusa Dua dan Mirota di Kuta. Memang mereka tidak spesifik menjual batik tulis saja, tapi campuran antara batik tulis, cap dan printing. Untuk pesaing yang menjual khusus batik tulis Solo di Kuta belum ada.

b) Analisa SWOT

Nature Batik dianalisa sebagai berikut :

Kekuatan (Strength) :

- Menjual khusus batik tulis
- Lokasi strategis yaitu di Kuta Square
- Menonjolkan servis terhadap konsumen seperti sistem layanan antar
- Adanya inovasi produk, dengan menyediakan tailor untuk melakukan pengembangan produk dari bahan batik

Kelemahan (Weakness) :

- Masih baru dan belum terkenal
- Barangnya masih kurang lengkap karena masih baru
- Investasi awal yang besar
- Untuk jangka panjang butuh penambahan ruangan

Ancaman (Threat) :

- adanya pesaing yang juga bergerak dibidang batik meskipun tidak khusus untuk batik tulis seperti Mirota di Tuban, Kuta dan Batik Keris Nusa Dua.
- adanya barang substitusi di toko-toko kawasan Kuta Square
- jumlah turis-turis asing yang ada di Bali mengalami penurunan

Kesempatan (Opportunity) :

- banyak turis yang tinggal di daerah Kuta
- banyak turis yang datang ke kawasan Kuta Square khusus untuk berbelanja
- kawasan Kuta Square yang merupakan daerah ramai dan memiliki prospek yang baik terutama di masa depan.
- kesempatan untuk meningkatkan penjualan batik dan pengembangan model untuk memenuhi kebutuhan turis asing.

C. SEGMENTASI PASAR

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar yang akan dibidik berdasarkan pada :

- a. segmen geografi yaitu dititikberatkan pada turis-turis mancanegara Jepang dan turis-turis dari benua Eropa yang suka *travelling* di Pulau Bali khususnya di Kuta.

- b. segmen psikografi yakni untuk seseorang/turis yang menyukai travelling , praktis dalam berbelanja, dan yang menyukai produk-produk kerajinan tangan asli dari Indonesia.
- c. segmen demografi yakni ditujukan para turis mancanegara kalangan menengah ke atas, dengan pengeluaran pembelian produk rata-rata Rp. 600.000,00 dan untuk para turis yang berusia antara usia 31-40 th karena berdasarkan survey terhadap 100 responden, 36% berusia 31-40 tahun.

2. Target Pasar

Target pasar galeri ini adalah membidik salah satu wilayah yang telah dibagi dalam segmentasi di atas, yaitu dengan memilih Kuta sebagai daerah utama operasi bisnis. Hal ini dengan mengasumsikan bahwa berdasarkan realitanya di Kuta merupakan pusat hilir mudiknya turis dan juga berdasarkan hasil survei bahwa turis-turis di Kuta ternyata sebagian besar menyukai hasil kerajinan tangan asli Indonesia yakni Batik.

C. RAMALAN INDUSTRI

Selama masa krisis moneter terutama tahun 1998, banyak perusahaan batik yang ada diambang pintu kebangkrutan akibat kenaikan harga bahan-bahan dan kain. Selain itu dengan adanya situasi politik yang tidak menentu menyebabkan, pemerintah kurang peduli terhadap pengembangan batik serta terjadi penurunan jumlah turis yang datang ke Indonesia akibat Indonesia dinyatakan tidak aman dengan sejumlah kerusuhan yang terjadi.

Dengan situasi politik yang semakin membaik di Indonesia saat ini, industri batik di Indonesia mulai lagi dipikirkan untuk ditingkatkan di pasar luar negeri khususnya. Batik mulai gencar di promosikan dan dipamerkan baik di dalam negeri maupun di luar negeri oleh pemerintah. Manfaat dari promosi ini adalah orang luar negeri semakin mengenal batik sehingga dapat meningkatkan penjualan batik Nature Galleri jika mereka datang ke Indonesia. hal ini jelas akan menambah jumlah pecinta batik di dalam maupun di luar negeri di masa yang akan datang.

Pemerintah semakin gencar mempromosikan batik, ini terlihat dengan semakin banyaknya pameran batik yang diadakan di dalam maupun luar negeri. Misalnya yang terjadi di Surabaya beberapa waktu yang lalu yaitu pameran batik di Westin hotel Surabaya, yang mendapatkan sambutan positif dari turis-turis asing yang berkunjung di Surabaya, bahkan turis-turis itu mau menggunakan pakaian batik tradisional Jawa. Lalu pameran kain batik yang berlangsung di Jakarta yang ternyata juga banyak dihadiri oleh orang-orang luar negeri, Eropa khususnya

Selain mengadakan pameran batik, pemerintah juga menyetujui di keluarkannya buku tentang batik yang berjudul “ Spirit Of Batik” yang terdiri dari 200 halaman yang isinya antara lain tentang sejarah, motif dan corak, warna batik, cara pembuatan batik dan lainnya. Launching dari buku ini dilakukan oleh Wakil Presiden kita Ibu Megawati Soekarno Putri pada tanggal 15 November 1999. (Sumber : Dunia Dalam Berita, TVRI, tgl 15 November 1999, pkl 09.00)

Semua ini menunjukkan bahwa pemerintah mendukung adanya pengenalan dan peningkatan export batik ke luar negeri. Dengan adanya fakta ini kami optimis bahwa industri batik akan semakin meningkat. Selain itu juga didukung adanya peningkatan turis-turis asing yang datang berkunjung ke Indonesia karena situasi politik Indonesia yang mulai membaik. Maka kami optimis bahwa usaha batik ini di Bali untuk masa yang akan datang akan mengalami peningkatan dalam penjualannya dengan adanya peningkatan jumlah turis-turis asing yang berkunjung langsung ke Bali.