

# STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BATIK DI WIJIREJO

## KECAMATAN PANDAK KABUPATEN BANTUL

Nava Raga Aulia

Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Email: [Navaraga13@gmail.com](mailto:Navaraga13@gmail.com)

*This study aims to find out alternative strategies for developing batik in Wijirejo. The subjects in this study were the batik IKM actors in Wijirejo and related parties, namely the Industry and Manpower Office of Bantul Regency. There are 7 respondents with analytical techniques namely observation, interviews, documentation, and Focus Group Discussion. While the analysis tool used with SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). The first step taken is observation, interview and FGD techniques. Second, score each internal and external factors in the form of IFAS and EFAS matrices based on FGD scores. Third, comparing scores obtained from IFAS and EFAS matrices in the form of SWOT analysis diagrams. Fourth, testing the position of batik entrepreneurs using the I-E Matrix on the average score of IFAS and EFAS. Fifth, compile a joint strategy of internal and external factors in the form of a SWOT Matrix. Sixth, choose the best strategy based on the acquisition of the position of batik entrepreneurs in the I-E matrix.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan batik di Wijirejo. Subyek dalam penelitian ini yaitu para pelaku IKM batik di Wijirejo dan pihak yang terkait, yaitu Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Bantul. Terdapat 7 responden dengan teknik analisis yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan *Focus Group Discussion*. Sedangkan alat analisis yang digunakan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Langkah pertama yang dilakukan adalah teknik observasi, wawancara, dan FGD. Kedua, memberikan skor pada masing-masing faktor internal dan eksternal dalam bentuk matrik IFAS dan EFAS berdasarkan pada skor FGD. Ketiga, membandingkan skor yang diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS dalam bentuk diagram analisis SWOT. Keempat, melakukan pengujian posisi pengusaha batik menggunakan Matrik I-E pada skor rata-rata IFAS dan EFAS. Kelima, menyusun strategi gabungan dari faktor internal dan eksternal dalam bentuk Matriks SWOT. Keenam, memilih strategi terbaik berdasarkan perolehan posisi pengusaha batik dalam matrik I-E.

## PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia hasil perpaduan antara seni dan teknologi para leluhur yang sangat tinggi, setiap motifnya

memiliki makna filosofis, simbolis, dan teologis tertentu, sehingga diakui UNESCO dalam *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity* pada tanggal 2 Oktober 2009 di Abu Dhabi. (Suryanto, 2012). Seni batik merupakan salah satu kesenian khas Indonesia yang telah sejak lama tumbuh dan berkembang. Hal ini merupakan salah satu bukti peninggalan sejarah dan warisan budaya bangsa Indonesia.

Dewasa ini, pembuatan batik tidak hanya dikerjakan oleh usaha rumahan, melainkan telah berkembang menjadi industri batik yang mampu memproduksi batik dalam skala yang lebih besar dan mengambil peran penting dalam hal penyerapan tenaga kerja dan peningkatan status ekonomi para pelaku industrinya.

Menurut Susanti (2015), sektor industri batik memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan peningkatan nilai tambah yang tinggi. Selain itu industri batik mampu menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan. Dengan modal yang tidak terlalu besar, industri kecil dalam bentuk home industri dikatakan mampu bertahan terhadap resiko dan perekonomian yang tidak stabil. Namun masih terdapat kendala yang masih belum teratasi, sehingga industri batik masih sulit untuk bangkit dan berkembang secara lebih luas. Maka dari itu untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup para pelaku industri kecil, diperlukannya perhatian yang lebih dari berbagai pihak terutama dari pemerintah daerah.

Industri batik ini sendiri tersebar di berbagai daerah di Indonesia, dimana tiap daerah memiliki ciri khas batik yang berbeda-beda. Salah satunya yaitu industri batik yang cukup dikenal khususnya di daerah Yogyakarta, adalah industri batik di daerah Bantul. Industri di daerah ini bahkan mampu memasarkan batiknya ke pasar internasional.

Industri kecil menengah sektor kerajinan batik di seluruh wilayah Bantul mampu menyerap sebanyak 2.056 tenaga kerja pembatik. Data terakhir industri kecil menengah (IKM) batik di daerah Bantul ada sebanyak 612 IKM atau rumah

produksi batik dengan didukung 2.056 pembatik. Karena setiap IKM mempunyai beberapa pekerja. Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop, 2014) Bantul.

Desa Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul merupakan salah satu sentra industri kerajinan batik di DIY. Produk-produknya sudah diterima pasar secara luas, sekaligus menjadi kebanggaan masyarakat. Pengusaha batik di Wijirejo kurang memiliki keahlian dalam pengelolaan keuangan dan dalam bidang pemasaran, maka dari itu mereka kesulitan dalam memasarkan produk batik secara luas.

Adanya hal tersebut, maka perlunya strategi pengembangan dalam UMKM batik di desa Wijirejo. Kedepannya diharapkan desa Wijirejo mampu berkembang menjadi sentra industri batik yang modern, serta generasi muda di desa Wijirejo untuk tetap melestarikan budaya batik sebagai budaya nasional bangsa yang telah diakui dunia. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BATIK DI WIJIREJO KECAMATAN PANDAK KABUPATEN BANTUL”**.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melihat kekuatan dari sisi internal atau *Strength* dari industri Batik di Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul
2. Untuk melihat kelemahan dari sisi internal atau *Weakness* dari industri Batik di Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul
3. Untuk melihat peluang dari sisi eksternal atau *Opportunities* dari industri Batik di Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul

4. Untuk melihat ancaman dari sisi eksternal atau *Threat* dari industri Batik di Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul
5. Merumuskan strategi pengembangan pemasaran Batik di Wijirejo Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. STRATEGI**

Strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus – menerus yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*).

### **2. UMKM**

Menurut Kementrian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan per tahun setinggi-tingginya Rp.600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati).

### **3. BATIK**

Menurut Asti M. dan Ambar B. Arini dalam Susanti (2015) berdasarkan etimologi dan terminologinya, batik merupakan rangkaian kata mbat dan tik. Mbat dalam bahasa Jawa dapat diartikan sebagai ngembat atau melempar berkali-kali, sedangkan tik berasal dari kata titik. Jadi, membatik artinya melempar titik berkali-kali pada kain. Adapula yang mengatakan bahwa kata batik berasal dari kata amba yang berarti kain yang lebar dan

kata titik. Artinya batik merupakan titik-titik yang digambar pada media kain yang lebar sedemikian sehingga menghasilkan pola-pola yang indah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, batik memiliki arti kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Pendekatan ini akan menghasilkan data diskriptif yang dapat menjelaskan segala fenomena dan masalah yang terjadi pada subyek penelitian (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini pendekatan diskriptif digunakan untuk memaparkan kondisi UMKM Batik di Wijirejo. Sehingga penelitian ini akan menggali informasi mengenai faktor internal dan eksternal dalam UMKM Batik di Wijirejo. Untuk mengetahui strategi yang harus dikembangkan, maka dalam penelitian ini akan mengkaji kelemahan dan kekuatan UMKM Batik yang berada di Desa Wijirejo Pandak Bantul.

## **METODE ANALISIS DATA**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*). Dalam menganalisis faktor-faktor tersebut, maka peneliti menggunakan metode EFAS (*External Strategic Factors Summary*) dan IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*).

### **1. Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam perusahaan untuk menentukan strategi dalam perusahaan (Rangkuti, 2016). Analisis ini digunakan untuk membandingkan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).

Pada penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan UMKM batik di Wijirejo serta untuk menganalisis peluang dan ancaman UMKM batik di Wijirejo digunakanlah analisis SWOT. Sehingga akan menghasilkan strategi yang dapat dilakukan UMKM batik di Wijirejo. Analisis dalam penelitian ini didasarkan pada kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang terdapat pada UMKM batik di Wijirejo.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo diatas, maka perlu diberikan rating untuk mempermudah analisis strategi. Rating akan diberikan oleh peserta FGD sebagai penilaian terhadap faktor internal dan eksternal yang dihadapi pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Pada penelitian ini skala yang digunakan peneliti adalah 1 sampai 4 yaitu untuk faktor yang positif yaitu *Strength* dan *Opportunities*. Skala yang bersifat positif yaitu untuk skala 1 yang berarti rendah, sampai skala 4 yang berarti sangat tinggi. Sedangkan untuk faktor yang negatif yaitu *Weakness* dan *Threat* dengan skala yang digunakan yaitu bersifat negatif. Yaitu untuk skala 1 yang berarti sangat tinggi, sampai dengan skala 4 yang berarti rendah.

Skor tertinggi ( $X_t$ ) : 4

Skor terendah ( $X_r$ ) : 1

Rumus Tentang :  $R = X_t - X_r$

$$R = 4 - 1$$

$$R = 3$$

Panjang interval kelas:  $P = \frac{R}{X_t}$

$$P = \frac{3}{4}$$

$$P = 0,75$$

Dari rumus diatas, maka dapat disimpulkan bahwa panjang kelas 0,75 dan rating terendah 1. Maka kriteria interval yang dapat digunakan dalam penelitian FGD adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1  
Kriteria Interval Faktor Internal dan Eksternal

No.	Interval	<i>Strenght - Opportunities</i>	<i>Weakness – Threat</i>
1.	3,26 - 4,00	Sangat Tinggi (ST)	Sangat Rendah (SR)
2.	2,51 - 3,25	Tinggi (T)	Rendah (R)
3.	1,76 - 2,50	Rendah (R)	Tinggi (T)
4.	1,00 - 1,75	Sangat Rendah (SR)	Sangat Tinggi (ST)

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil observasi dari peneliti, maka diperoleh faktor internal dan eksternal yang dapat digunakan dalam menentukan strategi UMKM Batik di Wijirejo. Faktor internal tersebut berupa *Strenght* dan *Weakness*, sedangkan faktor eksternal berupa *Opportunities* dan *Threat*.

*Strenght* (Kekuatan)

Tabel 5.2  
Perhitungan *Strenght* dari Hasil FGD

N O	KEKUATAN	PESERTA							Mea n	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Variasi motif batik banyak	4	3	4	4	3	4	4	3.71	ST
2	Bahan Baku yang berkualitas	3	4	3	4	4	3	3	3.43	ST
3	Mempunyai ciri khas khusus	3	3	4	3	3	3	3	3.14	T
4	SDM yang terampil	4	3	3	4	3	3	3	3.29	ST
RATA-RATA KEKUATAN									3.39	ST

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil analisis diatas maka diperoleh rata-rata kekuatan Sentra UMKM Batik di Wijirejo yaitu 3,39. Angka tersebut didapat dari 4 faktor kekuatan yang terdapat pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Angka yang terdapat pada rata-rata kekuatan tersebut sebesar 3,39 yang memenuhi kriteria sangat tinggi. Yaitu artinya kekuatan yang dimiliki UMKM Batik di Wijirejo sangat besar, sehingga dapat dijadikan sebagai senjata dalam rangka mengembangkan industri batik. Dari keempat faktor kekuatan internal yang dimiliki, variasi motif batik yang banyak merupakan faktor yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,71.

Posisi pada faktor kekuatan tertinggi yang kedua yaitu bahan baku yang berkualitas yaitu sebesar 3,43 dengan kriteria sangat tinggi. Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas maka batik yang di produksi akan semakin terjaga keawetannya, juga nyaman untuk digunakan. Selanjutnya faktor kekuatan terendah yaitu mempunyai ciri khas khusus sebesar 3,14 namun masih berada pada kriteria tinggi.

1) *Weakness* (Kelemahan)

Tabel 5.3

Perhitungan *Weakness* dari hasil FGD

N O	Kelemahan	PESERTA							Mea n	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Pembukuan masih manual	1	1	1	1	1	1	2	1.14	ST
2	Promosi yang masih kurang	1	1	2	2	2	1	1	1.43	ST
3	Modal yang masih terbatas	2	2	1	1	2	2	1	1.57	ST
4	Waktu produksi yang kurang	1	1	2	1	2	1	2	1.43	ST
RATA-RATA KELEMAHAN									1.39	ST

*Sumber :Hasil Olah Data Peneliti*

Dari hasil analisis yang diperoleh dari peserta FGD, perhitungan rata-rata kelemahan pada tabel 5.3 yang didapat dari 4 faktor kelemahan yang ada pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo yaitu sebesar 1,39 yang berada pada kriteria sangat tinggi. Faktor kelemahan tertinggi yaitu pada modal yang masih terbatas sebesar 1,57. Selanjutnya faktor kelemahan tertinggi kedua yaitu terletak pada



promosi yang masih kurang dan waktu produksi yang masih kurang atau belum maksimal yang mempunyai rata-rata kelemahan yang sama yaitu sebesar 1,43.

Faktor kelemahan terendah yaitu terdapat pada pembukuan masih manual yaitu sebesar 1,14 namun masih dalam kriteria sangat tinggi. Sentra UMKM Batik di Wijirejo masih menggunakan pembukuan manual, belum menggunakan teknologi baru seperti komputer. Dalam rangka pengembangan strategi maka diperlukannya pembukuan yang rinci dan jelas, karena pembukuan sangat berperan penting dalam pengembangan industri.

2) *Opportunities* (Peluang)

Tabel 5.4

Perhitungan *Opportunities* dari hasil FGD

N O	Peluang	PESERTA							Mea n	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Adanya kemajuan teknologi	3	4	3	3	3	4	3	3.29	T
2	Permintaan batik meningkat	3	3	4	3	3	3	3	3.14	T
3	Bahan baku mudah diperoleh	4	4	3	3	4	4	3	3.57	ST
4	Dukungan dari pemerintah	3	3	3	4	3	3	3	3.14	T
RATA-RATA PELUANG									3.29	T

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Peluang yang dimiliki Sentra UMKM Batik di Wijirejo mempunyai rata-rata sebesar 3,29 yang termasuk kriteria tinggi. Peluang ini dimanfaatkan untuk pengembangan strategi industri batik. Peluang yang tertinggi yaitu terdapat pada bahan baku yang mudah untuk diperoleh, dengan mudahnya memperoleh bahan baku tersebut, maka para pengusaha tidak harus memikirkan dimana memperoleh bahan baku tersebut.

Selanjutnya yang mempunyai rata-rata peluang terendah yaitu permintaan batik yang semakin meningkat dan adanya dukungan dari pemerintah, yaitu mempunyai rata-rata sebesar 3,14 yang masih termasuk dalam kriteria tinggi.

Terdapat dukungan dari pemerintah yaitu berupa pelatihan dan bantuan peralatan untuk produksi batik yang bertujuan untuk memajukan IKM Batik di Wijirejo. Namun pelatihan dan bantuan peralatan produksi tersebut dari IKM harus mengajukan proposal terlebih dahulu dan untuk bantuan alat sampai pada Tahun 2014 akhir tidak memakai badan hukum dan mulai pada Tahun 2015 sampai sekarang diajukan IKM yang berbadan hukum.

Tabel 5.5

Perhitungan *Threat* dari Hasil FGD

N O	Ancaman	PESERTA							Mea n	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Persaingan semakin kuat	2	1	2	2	1	2	2	1.71	ST
2	Bahan baku semakin mahal	1	1	1	1	1	1	2	1.14	ST
3	Munculnya motif khas luar	2	1	2	1	2	2	1	1.57	ST
4	Minat generasi muda rendah	1	1	1	2	2	1	1	1.29	ST
RATA-RATA ANCAMAN									1.43	ST

Sumber :*Hasil Olah Data Peneliti*

Sentra UMKM Batik di Wijirejo menghadapi ancaman sebesar 1,43 yaitu dengan kriteria sangat tinggi. Ancaman-ancaman yang dihadapi Sentra UMKM Batik di Wijirejo tersebut perlu diatasi, untuk memajukan perkembangan IKM Batik di Wijirejo. Ancaman tertinggi yaitu terdapat pada persaingan yang semakin kuat yaitu sebesar 1,71 sebagai contoh semakin kuatnya persaingan dari segi harga, kualitas, bahkan dari segi motif.

Faktor ancaman tertinggi yang kedua yaitu munculnya motif khas dari luar sebesar 1,57 yang termasuk ancaman yang sangat perlu diatasi. Munculnya motif khas dari luar sangat mempengaruhi keberadaan Sentra UMKM Batik di Wijirejo, Selanjutnya faktor ancaman yang ketiga sebesar 1,29 yang termasuk ke dalam kriteria sangat tinggi yaitu minat geerasi muda yang masih rendah.

## Analisis IFAS dan EFAS

Sebelum menentukan Analisis SWOT untuk menghasilkan strategi yang digunakan Sentra UMKM Batik di Wijirejo, maka langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu dengan cara mengolah faktor-faktor internal dan eksternal yang telah terkumpul kemudian diberi bobot dan rating pada setiap faktor strategis. Adapun analisis tersebut meliputi Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

### 1. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Tabel 5.6

#### Analisis IFAS

No	Faktor - Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
<b>Strength (Kekuatan)</b>				
1	Variasi motif batik banyak	0.1940	4	0.7760
2	Bahan Baku yang berkualitas	0.1791	3	0.5373
3	Mempunyai ciri khas khusus	0.1642	3	0.4926
4	SDM yang terampil	0.1716	3	0.5148
<b>Total Kekuatan</b>		<b>0.7089</b>		<b>2.3207</b>
<b>Weakness (Kelemahan)</b>				
1	Pembukuan masih manual	0.0597	1	0.0597
2	Promosi yang masih kurang	0.0746	1	0.0746
3	Modal yang masih terbatas	0.0821	2	0.1642
4	Waktu produksi yang kurang	0.0746	1	0.0746
<b>Total Kelemahan</b>		<b>0.2910</b>		<b>0.3731</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>10000</b>		<b>2.6938</b>

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan hasil analisis IFAS yang terdapat pada tabel 5.6 diatas, diperoleh hasil skor kekuatan sebesar 2,3207 sedangkan hasil skor kelemahan

sebesar 0,3731. Sehingga total skor yang diperoleh pada faktor internal tersebut sebesar 2,6938. Dari kedua faktor tersebut, yaitu faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Skor yang lebih tinggi terdapat pada faktor kekuatan, sehingga Sentra UMKM Batik di Wijirejo mampu mengatasi kelemahan dengan adanya kekuatan yang sangat menguntungkan.

## 2. Matrik EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Tabel 5.7

### Analisis EFAS

No	Faktor - Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
<b><i>Opportunities (Peluang)</i></b>				
1	Adanya kemajuan teknologi	0.1742	3	0.5226
2	Permintaan batik meningkat	0.1667	3	0.5001
3	Bahan baku mudah diperoleh	0.1894	4	0.7576
4	Dukungan dari pemerintah	0.1667	3	0.5001
<b>Total Peluang</b>		<b>0.6970</b>		<b>2.2804</b>
<b><i>Threat (Ancaman)</i></b>				
1	Persaingan semakin kuat	0.0909	2	0.1818
2	Bahan baku semakin mahal	0.0606	1	0.0606
3	Munculnya motif khas luar	0.0833	2	0.1667
4	Minat generasi muda rendah	0.0682	1	0.0682
<b>Total Ancaman</b>		<b>0.3030</b>		<b>0.4773</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>		<b>1.0000</b>		<b>2.7577</b>

Sumber :*Hasil Olah Data Peneliti*

Berdasarkan hasil analisis EFAS yang terdapat pada tabel 5.7 diatas, diperoleh hasil skor peluang sebesar 2,2804 sedangkan hasil skor ancaman sebesar 0,4773. Sehingga total skor yang diperoleh pada faktor eksternal sebesar 2,7577.

### Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari pemberian bobot dan rating pada faktor internal dan eksternal, maka diperoleh hasil akhir sebagai berikut:

Tabel 5.8  
Rekapitulasi Perolehan IFAS dan EFAS

No.	URAIAN	TOTAL NILAI
1.	Faktor Internal	
	a. <i>Strenghts</i>	2.3207
	b. <i>Weakness</i>	0.3731
2.	Faktor Eksternal	
	a. <i>Opportunities</i>	2.2804
	b. <i>Threat</i>	0.4773

*Sumber : Hasil Olah Data Peneliti*

Dari tabel 5.8 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perolehan skor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya. Begitu juga dengan perolehan skor peluang lebih besar daripada perolehan skor ancaman.

### A. Diagram SWOT

#### 1. Koordinat SWOT

Dari hasil analisis IFAS dan EFAS yang akan digunakan untuk menentukan posisi UMKM Batik di Wijirejo. Selanjutnya, hasil IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan koordinat SWOT sebagai berikut:

##### a. Koordinat Analisis Internal

Koordinat : Skor Kekuatan – Skor Kelemahan  
: 2.3207 - 0.3731  
: 1.9476

##### b. Koordinat Analisis Eksternal

Koordinat : Skor Peluang – Skor Ancaman  
: 2.2804 - 0.4773  
: 1.8031

Sehingga titik koordinat yang digunakan dalam diagram SWOT terletak pada titik 1.9476 dan 1.8031.



Sumber : Rangkuti, 2016

Gambar 5.1  
Diagram SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT pada gambar 5.1 diatas menunjukkan bahwa titik koordinat terletak pada  $\{1.9476, 1.8031\}$  yang terletak pada kuadran I. Dimana kuadran I menempati posisi yang sangat menguntungkan bagi Sentra UMKM Batik di Wijirejo.

EFAS	IFAS	<b><i>Strength (S)</i></b>	<b><i>Weakness (W)</i></b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi motif batik banyak</li> <li>• Bahan Baku yang berkualitas</li> <li>• Mempunyai ciri khas khusus</li> <li>• SDM yang terampil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembukuan masih manual</li> <li>• Promosi yang masih kurang</li> <li>• Modal yang masih terbatas</li> <li>• Waktu produksi yang kurang</li> </ul>
	<b><i>Opportunities (O)</i></b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya kemajuan teknologi pemasaran</li> <li>• Permintaan batik meningkat</li> <li>• Bahan baku mudah diperoleh</li> <li>• Dukungan dari pemerintah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran maka variasi motif batik di Wijirejo akan semakin di ketahui oleh kalangan masyarakat</li> <li>• Mempertahankan penggunaan bahan baku batik yang berkualitas akan membuat konsumen puas terhadap hasil batik tersebut, sehingga mampu meningkatkan permintaan batik di daerah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi yang masih kurang dapat diatasi dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran</li> <li>• Promosi dan modal yang masih terbatas dapat diatasi dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah seperti adanya pelatihan dan diadakannya <i>event</i></li> <li>• Dengan keterbatasan modal pun pemenuhan permintaan batik yang</li> </ul>

	<p>Wijirejo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan dukungan dari pemerintah berupa pelatihan maupun event yang sering diadakan akan menciptakan SDM yang terampil dan siap bersaing dengan sentra industri batik daerah lain</li> </ul>	<p>meningkat masih dapat diatasi karena bahan baku yang mudah didapatkan</p>
<b><i>Threats (T)</i></b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan semakin kuat</li> <li>• Bahan baku semakin mahal</li> <li>• Munculnya motif khas luar</li> <li>• Minat generasi muda rendah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan SDM yang terampil maka akan meningkatkan minat generasi muda untuk belajar membatik</li> <li>• Menjaga ciri khas yang dimiliki untuk dapat mengatasi munculnya motif khas dari luar</li> <li>• Persaingan kuat dapat diatasi dengan adanya ciri khas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan promosi yang masih kurang guna menangkal munculnya motif khas dari luar</li> <li>• Waktu produksi yang kurang maksimal akan dapat menanggulangi persaingan yang semakin kuat</li> </ul>



Dari hasil analisis menggunakan Matrik SWOT diatas, maka dihasilkan empat alternative sebagai berikut:

1) Strategi S-O

Strategi *Strength-Opportunitites* yaitu strategi yang digunakan untuk memanfaatkan peluang industri yang ada dengan cara memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Maka strategi yang dapat digunakan oleh Sentra UMKM Batik di Wijirejo adalah sebagai berikut:

- a. Dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran maka variasi motif batik di Wijirejo akan semakin di ketahui oleh kalangan masyarakat
- b. Mempertahankan penggunaan bahan baku batik yang berkualitas akan membuat konsumen puas terhadap hasil batik tersebut, sehingga mampu meningkatkan permintaan batik di daerah Wijirejo
- c. Memanfaatkan dukungan dari pemerintah berupa pelatihan maupun event yang sering diadakan akan menciptakan SDM yang terampil dan siap bersaing dengan sentra industri batik daerah lain

2) Strategi W-O

Strategi *Weakness-Opportunities* yaitu strategi yang dapat ditujukan untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan internal yang dimiliki Sentra UMKM Batik di Wijirejo agar dapat memanfaatkan peluang yang ada. Sesuai dengan analisis diatas, maka strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Promosi yang masih kurang dapat diatasi dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran
- b. Promosi dan modal yang masih terbatas dapat diatasi dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah seperti adanya pelatihan dan diadakannya *event*
- c. Dengan keterbatasan modal pun pemenuhan permintaan batik yang meningkat masih dapat diatasi karena bahan baku yang mudah didapatkan

3) Strategi S-T

Strategi *Strength-Threat* yaitu strategi yang ditujukan untuk meminimalisir ancaman dari industri sentra batik dengan cara memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki oleh Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Maka strategi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Dengan SDM yang terampil maka akan meningkatkan minat generasi muda untuk belajar membatik
- b. Menjaga ciri khas yang dimiliki untuk dapat mengatasi munculnya motif khas dari luar
- c. Persaingan kuat dapat diatasi dengan adanya ciri khas

#### 4) Strategi W-T

Strategi *Weakness-Threat* yaitu strategi yang digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal yang ada pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo untuk meminimalisir ancaman yang ada.

Pada strategi ini dibuat untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat. Strategi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan promosi yang masih kurang guna menangkul munculnya motif khas dari luar
- b. Waktu produksi yang kurang maksimal akan dapat menanggulangi persaingan yang semakin kuat

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS yang terdapat pada gambar 5.1 pada Diagram SWOT diatas, maka dapat ditetapkan bahwa Sentra UMKM Batik di Wijirejo berada pada kuadran I yang artinya berada pada posisi *Growth* atau berkembang. Dalam kondisi ini, maka strategi terbaik yang digunakan dalam strategi pengembangan Sentra UMKM Batik di Wijirejo yaitu *Growth Oriented Strategy* atau disebut Strategi Pertumbuhan Agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk pengembangan strategi UMKM Batik di Wijirejo.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

## **Simpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan dalam upaya pengembangan UMKM Batik di Wijirejo sebagai berikut:

1. Kekuatan yang dimiliki UMKM Batik di Wijirejo antara lain variasi motif yang banyak, menggunakan bahan baku yang berkualitas, adanya ciri khas batik yang berada di Wijirejo, dan sumber daya manusia yang sudah terampil.
2. Kelemahan yang dimiliki UMKM Batik di Wijirejo antara lain laporan keuangan yang masih manual belum menggunakan pembukuan dalam mendirikan usahanya, promosi yang masih kurang, modal yang terbatas, dan waktu produksi yang kurang maksimal.
3. Peluang yang dimiliki UMKM Batik di Wijirejo antara lain adanya kemajuan teknologi pemasaran, permintaan batik yang semakin meningkat yang disebabkan oleh adanya peraturan mewajibkan menggunakan batik pada hari tertentu.

4. Ancaman yang dimiliki UMKM Batik di Wijirejo antara lain persaingan yang semakin kuat, harga bahan baku yang semakin mahal, munculnya motif khas dari luar, dan minat generasi yang masih rendah.
5. Strategi terbaik yang dapat digunakan dalam usaha pengembangan UMKM Batik di Wijirejo yaitu strategi SO atau strategi yang memanfaatkan kekuatan guna menangkap peluang yang ada. Adapun strategi tersebut yaitu dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran maka variasi motif batik di Wijirejo akan semakin di ketahui oleh kalangan masyarakat, mempertahankan penggunaan bahan baku batik yang berkualitas akan membuat konsumen puas terhadap hasil batik tersebut,

### **Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat peneliti berikan terhadap para *stakeholder* adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha industri Batik di Wijirejo agar lebih memperhatikan sistem pencatatan keuangan, karena selama ini belum ada sistem pencatatan keuangan yang jelas dan pasti. Serta dapat memahami tugas dan fungsi masing-masing sebagaimana mestinya.
2. Bagi pemerintah Kabupaten Bantul agar lebih berkontribusi dalam hal pengembangan dan pengelolaan industri Batik di Wijirejo dalam hal pengembangan dan permodalan.
3. Lebih ditingkatkan hubungan yang baik antara pemerintah daerah, desa, pengelola, dan juga masyarakat sekitar melalui beberapa kegiatan sosialisasi, diskusi ataupun kegiatan-kegiatan lainnya dalam upaya pengembangan UMKM Batik di Wijirejo.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, A. Hidayat, W., & Budiarmo, A. 2012. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 1-12.
- Asti, M., & Ambar, B. A. (2011). *Batik–Warisan Adiluhung Nusantara. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET*
- Bonita, F. (2013). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 2(3).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul. (2017). Jumlah Penduduk Kabupaten Bantul Tahun 2017. Bantul: Badan Pusat Statistika Kabupaten Bantul
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul. 2017. *Kabupaten Bantul Dalam Angka 2017*.
- Daftar Isian Potensi Desa dan Kelurahan. 2017. *Profil Desa, Desa Wijirejo 2017*.
- Hanum, F. A. (2017). Strategi Bersaing Sentra UMKM Batik Kipas Bambu di Jipangan Bangunjiwo Kasihan Bantul dalam Menghadapi Ekonomi ASEAN (MEA).
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia: Profil, masalah, dan strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1).
- Nisak, Z. (2014). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal EKBIS. Fakultas Ekonomi: Universitas Islam Lamongan*.
- Parrangan, E. R. (2015). Analisis Strategi Perusahaan dalam Ekspansi Pasar Luar Negeri (Studi Kasus Pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dalam Akuisisi Thang Long Cement Company di Vietnam). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2).

- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sawindri, A. A. (2016). Strategi Pengembangan Kampung Wisata Ekologis (KWE) “Puspa Jagad” sebagai Destinasi Ekowisata di Desa Semen Kecamatan Gandusari Kabupaten Blitar.
- Sudantoko, D. (2010). *Pemberdayaan Industri Batik Skala Kecil di Jawa Tengah (Studi Kasus di Kabupaten dan Kota Pekalongan)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Sugiarti, S. 2013. “Analisis SWOT Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Produksi Menuju Usaha yang Berkelanjutan (Suatu Studi Pada UKM Batik di Kampung Bati Laweyan Surakarta”. *Akun-T*, 2(1)
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S., & Fahlevi, H. (2016). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Dana Bagi Hasil terhadap Belanja Modal (Studi pada Kabupaten/Kota di Wilayah Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 183-191.
- Tamaya, V., Sulandari, S., & Lituhayu, D. (2013). Optimalisasi Kampung Batik dalam Mengembangkan Industri Batik Semarang di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 2(1), 151-160.