



**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK MBAKO
DI KABUPATEN TEMANGGUNG**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Achmad Mabruri

NIM 7111414075

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia
Ujian Skripsi pada:

Hari : ^{NIP. 196801022002121003} Senin

Tanggal : 13 Januari 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Pembimbing



^{NIP. 198502162008122004}
S. E., M. Sc.
NIP. 198502162008122004

Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S. E., M. Si.
NIP. 196801022002121003

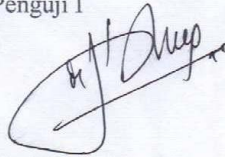
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Selasa


Tanggal : 11 Februari 2020

Penguji I



Dr. Shanty Oktavilia, S. E., M. Si.
NIP. 197808152008012016

Penguji II



Dyah Maya Nihayah, S. E., M. Si.
NIP. 197705022008122001

Penguji III



Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S. E., M. Si.
NIP. 196801022002121003

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Heni Yanto, M.B.A., Ph.D.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Mabru
NIM : 7111414075
Tempat Tanggal Lahir : Temanggung 06 Juli 1995
Alamat : RT 01 RW 07 Dusun Jurang Sari Desa Soropadan
Kecamatan Pringsurat Kabupaten Temanggung

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, // Februari 2020



Achmad Mabru

NIM 7111414075

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Indonesia diberkahi sumber daya alam (bahan baku) melimpah dan penduduknya (pasar) terbesar keempat di dunia. Pada tahun 2030-2045, Indonesia akan mengalami bonus demografi yang artinya ada dua hal yang mungkin akan terjadi. Pertama, ketersediaan tenaga kerja melimpah dengan harga murah sehingga efisiensi produksi terjamin. Kedua, ketersediaan tenaga kerja melimpah dengan keterampilan tinggi sehingga efektivitas produksi terjamin. Mengapa kita tidak minat mengolahnya (menjadi pengusaha) ? ~ Achmad Mabruri, 2020.

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Muh Said dan Ibu Siti Ngaisah yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang.
2. Almamater Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung” sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di kampus UNNES tercinta ini.
2. Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi.
3. Fafurida, S. E., M. Sc. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Dr. Amin Pujiati, S. E., M. Si. Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh masa studi perkuliahan.

5. Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S. E., M. Si. Dosen Pembimbing Skripsi dengan sungguh-sungguh dan penuh kesabaran membimbing serta memberi arahan kepada penulis mengenai penulisan skripsi.
6. Dr. Shanty Oktavilia, S. E., M. Si. Dosen Penguji I yang telah memberi masukan, kritikan, serta motivasi selama proses sidang skripsi.
7. Dyah Maya Nihayah, S. E., M. Si. Dosen Penguji II yang telah memberi masukan, kritikan, dan motivasi selama proses sidang skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberi bekal ilmu dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
9. Teman-teman mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan 2014 yang telah menjadi rekan dan penyemangat selama masa kuliah.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penulisan skripsi dari awal sampai akhir.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan menjadi suatu hal yang sangat berarti dan tidak terlupakan. Harapan penulis, semoga skripsi ini menjadi ladang menggali informasi dan pengetahuan untuk mensejahterakan kehidupan manusia dan sesama.

Semarang, 11 Februari 2020

Penyusun

SARI

Mabruri, Achmad. 2020. “Strategi Pengembangan Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung”. Skripsi. Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S. E., M. Si.

Kata kunci: Industri, Profil, Produktivitas, Strategi Pengembangan, Batik Mbako.

Industrialisasi di Kabupaten Temanggung hanya ditopang oleh industri pengolahan kayu, industri pengolahan tembakau, dan industri pengolahan makanan minuman. Sejak tahun 2009 batik ditetapkan sebagai warisan budaya nonbenda Indonesia. Kabupaten Temanggung terkenal dengan sebutan ‘Kota Tembakau’ maka perpaduan batik dan tembakau akan menghasilkan produk khas Temanggung yaitu batik mbako. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis profil industri, produktivitas industri, serta menyusun strategi pengembangan industri batik mbako di Kabupaten Temanggung.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan populasi 16 perusahaan dijadikan sampel. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis profil industri menggunakan metode deskriptif, analisis produktivitas industri menggunakan *American Productivity Center (APC)*, dan penyusunan strategi pengembangan industri menggunakan SWOT dilengkapi Matriks Ansoff.

Hasil penelitian menyatakan bahwa jumlah perusahaan batik mbako tahun 2018 sebanyak 16 perusahaan meningkat dari 3 perusahaan tahun 2012. Produktivitas pemasaran naik 2,6%, produktivitas bahan baku naik 2,3%, produktivitas modal turun 39,6%, produktivitas tenaga kerja turun 57,7% dan produktivitas total turun 22,7% pada tahun 2018 dibanding tahun 2012. Bertambahnya nilai produksi batik mbako warna alam menyebabkan kenaikan produktivitas tersebut sedangkan bertambahnya upah tenaga kerja yang melebihi kenaikan produksi, rendahnya keterampilan tenaga kerja, dan penambahan modal menyebabkan penurunan produktivitas tersebut.

Strategi pengembangan industri yang dipilih yaitu penetrasi pasar dengan memanfaatkan Peraturan Bupati Temanggung Nomor 26 Tahun 2019, melakukan merger atau akuisisi, meningkatkan promosi maupun pameran, dan memasang iklan pada website resmi Pemerintah Kabupaten Temanggung. Setelah berhasil melakukan penetrasi pasar, perusahaan memiliki kecukupan modal dan pengalaman untuk melakukan strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, maupun diversifikasi. Pengembangan pasar dilakukan dengan menjual batik mbako ke daerah penghasil tembakau maupun daerah pengolah tembakau (Kudus, Jember, Garut, Nusa Tenggara Barat, dan Aceh) serta daerah yang terdapat kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, dokter, dan pengusaha (Semarang, Surabaya, Bandung, dan Yogyakarta). Pengembangan produk dilakukan dengan membuat produk baru berupa selendang, taplak meja, gorden, tas, dan aksesoris yang bernuansa motif mbako. Diversifikasi dilakukan dengan

membuat produk fashion maupun hiasan interior motif mbako yang dilengkapi aroma khas rempah-rempah untuk konsumen luar negeri khususnya Amerika Serikat, Eropa, dan Jepang. Saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini antara lain pelatihan membatik dan pemberdayaan sebaiknya ditujukan untuk meningkatkan akses pemasaran dan keterampilan tenaga kerja bukan untuk memasukkan perusahaan baru ke dalam industri batik mbako; industri ini sebaiknya melakukan peningkatan efisiensi dengan cara pembelian bahan baku secara kolektif dan melakukan merger atau akuisisi; serta Pemerintah Kabupaten Temanggung diharapkan memberi insentif kepada perusahaan yang mengalami kerugian berupa potongan pajak atau subsidi biaya pameran.

ABSTRACT

Mabruri, Achmad. 2020. "Development Strategy of Mbako Batik Industry in Temanggung Regency". Thesis. Economics development department. Faculty of Economics. Semarang State University. Adviser: Prof. Dr. P. Eko Prasetyo, S.E, M.Si.

Keywords: Industry, Profile, Productivity, Development Strategy, Mbako Batik.

Industrialization in Temanggung Regency has been supporting by wood industry, tobacco industry, and food and beverage industry. In 2009 batik was designated as Indonesia's non-cultural heritage. Temanggung Regency is known as 'The City of Tobacco' so we can combine batik and tobacco to make mbako batik as typical product of Temanggung. The purpose of this research are analyze the industry profile, industrial productivity, and arranging development strategies of mbako batik industry in Temanggung Regency.

This research used purposive sampling technique to made sample from 16 companies population. The data of this research were collected by observation, interview and documentation. Industry profile was analyzed by descriptive method, industrial productivity was analyzed by American Productivity Center (APC), and development strategies of mbako batik were arranged by SWOT and Ansoff Matrix.

The results of this research show that the number of mbako batik industry in 2018 are 16 companies, it has increased from 3 companies in 2012. Marketing productivity increased 2.6%, raw materials productivity increased 2.3%, capital productivity decreased 39.6%, labor productivity decreased 57.7% and total productivity decreased 22.7% in 2018 from 2012. Increase of value of natural mbako batik production causes an increase on productivity. Addition of labor wage, low labor skill, and the addition of capital cause a decrease on productivity

The main development strategy of mbako batik industry is market penetration by utilizing Peraturan Bupati Temanggung Nomor 26 Tahun 2019, merger or acquisition, increasing promotion and exhibition, and advertising mbako batik on the legal website of Temanggung Regency Government. After successfully penetrating the market, the companies have enough capital and experiences to carry out market development strategy, product development strategy, and diversification strategy. Market development strategy is carried out by selling mbako batik in tobacco producing city and tobacco processing city (Kudus, Jember, Garut, West Nusa Tenggara, and Aceh) and some regions which Regional Representative Council, doctors, and entrepreneurs offices (Semarang, Surabaya, Bandung, and Yogyakarta). Product development strategy is carried out by making new products for example scarf, table cloth, curtain, bag, and

accessories with mbako motifs. Diversification strategy is carried out by making fashion cloth or interior decoration product with mbako motifs that are combined with distinctive aroma of spices. That product is made for foreign consumers especially the United States, Europe, and Japan consumers. The suggestions of this research are batik training and empowerment should be aimed at improving market access and labor skill not to entering new companies into mbako batik industry; this industry should improving efficiency by purchasing raw materials collectively and making merger or acquisition; and the Temanggung Regency Government is expected provide incentives to companies that suffer losses for example cutting the taxation or subsidizing the exhibition fee.

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR PERSAMAAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Cakupan Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
2. KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Definisi Industri.....	15
2.2. Teori Produksi	18

	Hal.
2.3. Strategi Pengembangan Industri.....	22
2.3.1. Tipe-Tipe Strategi.....	22
2.3.2. Pengembangan Industri	25
2.4. Pengertian Batik Mbako	26
2.5. Penelitian Terdahulu.....	27
2.6. Kerangka Berpikir	31
3. METODE PENELITIAN	33
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.2. Fokus Penelitian	35
3.3. Sumber Data	35
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1. Observasi.....	37
3.5.2. Wawancara	38
3.5.3. Dokumentasi.....	39
3.6. Teknik Keabsahan Data	40
3.7 Metode Analisis Data	44
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2. <i>American Productivity Center</i>	45
3.7.3. Rasio Konsentrasi.....	48
3.7.4. SWOT.....	51
3.7.5. Matriks Ansoff	63
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Hasil Penelitian.....	67
4.1.1 Profil Industri	67
4.1.1.1 Profil Industri Berdasarkan Sejarah Berdirinya Industri	68

	Hal.
4.1.1.2 Profil Industri Berdasarkan Lokasi Perusahaan Industri	71
4.1.1.3 Profil Industri Berdasarkan Umur Perusahaan Industri	73
4.1.1.4 Profil Industri Berdasarkan Penggunaan Tenaga Kerja	75
4.1.1.5 Profil Industri Berdasarkan Total Penjualan	76
4.1.1.6 Profil Industri Berdasarkan Kinerja Perusahaan	81
4.1.1.7 Profil Industri Berdasarkan Status Kepemilikan Perusahaan...	83
4.1.1.8 Profil Industri Berdasarkan Usia Pemilik Perusahaan	84
4.1.1.9 Profil Industri Berdasarkan Pendidikan Pemilik Perusahaan...	85
4.1.1.10 Profil Industri Berdasarkan Pekerjaan Lain Pemilik Perusahaan	86
4.1.2 Produktivitas Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung.....	87
4.1.2.1 Produktivitas Pemasaran	89
4.1.2.2 Produktivitas Tenaga Kerja.....	90
4.1.2.3 Produktivitas Modal	90
4.1.2.4 Produktivitas Bahan Baku	91
4.1.2.5 Produktivitas Total	92
4.1.3 Strategi Pengembangan Industri Batik Mbako.....	92
4.1.3.1 Lingkungan Internal Industri.....	94
4.1.3.2 Lingkungan Eksternal Industri	104
4.1.3.3 Identifikasi Faktor Strategis Internal	110
4.1.3.4 Identifikasi Faktor Strategis Eksternal	115
4.1.3.5 Penyusunan Matriks Internal-Eksternal dan Rasio Konsentrasi	119
4.1.3.6 Penyusunan Matriks SWOT.....	125
4.1.3.7 Penyusunan Matriks Ansoff.....	135
4.2 Pembahasan Penelitian	154
4.2.1 Pembahasan Profil Industri Batik Mbako	157
4.2.2 Pembahasan Produktivitas Industri Batik Mbako	168

	Hal.
4.2.3 Pembahasan Strategi Pengembangan Industri Batik Mbako	172
5. PENUTUP	176
5.1 . Kesimpulan	176
5.2 . Saran	178
DAFTAR PUSTAKA	180

DAFTAR TABEL

Tabel :	Hal. :
1.1. Peranan PDRB Kabupaten Temanggung Menurut Lapangan Usaha	3
1.2. Peranan Jenis Industri Pengolahan Terhadap Sektor Industri Pengolahan Di Kabupaten Temanggung	5
1.3. Nama Perusahaan/Pengrajin Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	10
2.1. Kriteria UMKM Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008	16
2.2. Penelitian Terdahulu	28
3.1. Metode Analisis Data Penelitian	45
3.2. Metode Perhitungan Indeks Produktivitas Model APC	47
3.3. Penentuan Bobot Faktor Strategis Internal dan Eksternal	55
3.4. Matriks IFE dan Matriks EFE	58
3.5. Matriks SWOT	61
4.1 Lokasi Perusahaan Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung.....	73
4.2. Umur Perusahaan Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	74
4.3. Tenaga Kerja Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	75
4.4. Total Penjualan Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung.....	77
4.5. Pangsa Pasar Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung.....	80
4.6. Status Kepemilikan Perusahaan Batik Mbako di Temanggung.....	84
4.7. Usia Pemilik Perusahaan Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	85
4.8. Pendidikan Pemilik Perusahaan Batik Mbako di Temanggung	86
4.9. Pekerjaan Lain Pemilik Perusahaan Batik Mbako di Temanggung	87
4.10. Perhitungan Indeks Produktivitas Model APC	88
4.11. Matriks IFE Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	114
4.12. Matriks EFE Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	118
4.13. Nilai Output, Penjualan, dan Tenaga Kerja Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung	121

Tabel :

Hal. :

4.14. Matriks SWOT Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung 126

4.15. Posisi Produk dan Posisi Pasar Batik Mbako di Kabupaten Temanggung... 136

DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Hal. :
1. Kerangka Pemikiran Penelitian	32
2.1. Matriks IE	59
2.2. Matriks Ansoff	63
3.1. Target Pasar Industri Batik Mbako	95
3.2. Usaha-Usaha Penjualan yang Dilakukan Industri Batik Mbako	96
3.3. Jangkauan Wilayah Pemasaran Industri Batik Mbako	97
3.4. Waktu Kerja, Spesialisasi Kerja, dan Keterlibatan Pemilik Perusahaan Proses Produksi.....	100
3.5. Keterlibatan Anggota Keluarga pada Industri Batik Mbako	101
3.6. Sumber Modal Usaha	103
3.7. Matriks IE Industri Batik Mbako di Kab. Temanggung	120
3.8. Analisis Posisi Produk dan Posisi Pasar Batik Mbako	138
3.9. Matriks Ansoff Industri Batik Mbako di Kab. Temanggung.....	140
3.10. Biaya Total Rata-Rata Jangka Panjang	146
3.11. Keterkaitan Struktur-Perilaku-Kinerja Industri	160

DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan :	Hal. :
1. Fungsi Produksi.....	18
2. Rumus Rasio Konsentrasi Industri.....	49
3. Rumus Bobot Setiap Variabel	55
4. Rasio Konsentrasi Industri Batik Mbako Berdasarkan Output Produksi...	122
5. Rasio Konsentrasi Berdasarkan Nilai Penjualan.....	123
6. Rasio Konsentrasi Berdasarkan Penggunaan Tenaga Kerja	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :	Hal. :
1. Surat Permohonan Izin Observasi Pra Penelitian.....	185
2. Daftar Responden dan Kode Responden Penelitian.....	186
3. Lembar Ekspedisi Observasi Pra Penelitian	187
4. Hasil Observasi Pra Penelitian	188
5. Lembar Ekspedisi Wawancara Penelitian	192
6. Pedoman Wawancara Penelitian	193
7. Uji Keabsahan Data Penelitian	200
8. Perhitungan Nilai Faktor Produksi dan Output Produksi	203
9. Hasil Perhitungan Laba Rugi Perusahaan Batik Mbako	219
10. Hasil Pembobotan dan Pemingkatan Faktor Strategis Internal dan Faktor Strategis Eksternal Oleh Responden Kunci	220
11. Dokumentasi Proses Penelitian	227
12. Peraturan Bupati Temanggung Nomor 26 Tahun 2019	231

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyak negara berkembang berusaha memajukan sektor industri pengolahan (manufaktur) karena sektor ini mampu meningkatkan nilai tambah serta kesejahteraan masyarakat. Bila dibandingkan dengan sektor pertanian, sektor industri pengolahan mampu menciptakan lapangan kerja lebih banyak dan nilai tambah lebih tinggi (Arsyad, 2010). Hal tersebut selaras ketika mencermati data-data ekonomi yang menunjukkan kondisi lebih baik pada negara yang sektor industri pengolahannya sudah matang.

Industrialisasi atau proses transformasi dari sektor pertanian menuju sektor industri pengolahan di Indonesia bermula sejak tahun 1967–1997 yang ditandai dengan kontribusi sektor industri pengolahan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia merupakan yang paling tinggi (Prasetyo, 2010). Industrialisasi di Indonesia telah mengubah struktur perekonomian dari negara yang mengandalkan sektor pertanian menuju sektor industri pengolahan sebagai sektor pemimpin (*leading sector*) penggerak roda perekonomian. Industri pengolahan di Indonesia harus senantiasa didorong untuk tumbuh dan berkembang agar Indonesia dapat bersaing dengan negara lain di kancah regional maupun global.

Industrialisasi di Indonesia tidak hanya terjadi pada tingkat pusat atau nasional saja melainkan sudah menjalar sampai ke tingkat daerah walaupun membutuhkan waktu yang cukup lama. Banyak daerah yang sudah mencapai

industrialisasi merupakan suatu bukti kesungguhan pemerintah dalam hal pengembangan sektor industri dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Pada dasarnya kesejahteraan masyarakat tidak bisa dilepaskan dari keberlangsungan sektor industri pengolahan yang semakin matang.

Salah satu daerah yang telah melakukan industrialisasi yaitu Kabupaten Temanggung pada tahun 2014. Kabupaten Temanggung merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah yang berlokasi di dataran tinggi atau pegunungan yang memiliki tanah subur dengan komoditas utamanya berupa tembakau. Tabel 1.1 menyajikan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Temanggung selama tahun 2012–2016 yang menunjukkan sektor industri pengolahan telah menggeser sektor pertanian dalam hal kontribusinya pada PDRB.

Tabel 1.1
Peranan PDRB Kabupaten Temanggung Menurut Lapangan Usaha
Tahun 2012-2016 (dalam persen)

No	Lapangan Usaha	2012	2013	2014	2015	2016
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	26,93	26,57	25,58	25,75	25,27
2	Pertambangan dan Penggalian	0,83	0,78	0,83	0,88	0,89
3	Industri Pengolahan	25,13	25,50	26,47	26,55	26,83
4	Pengadaan Listrik dan Gas	0,09	0,08	0,07	0,07	0,07
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,09	0,08	0,08	0,08	0,07
6	Konstruksi	4,47	4,37	4,48	4,64	4,62
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	21,20	20,99	20,72	20,33	20,35
8	Transportasi dan Pergudangan	4,11	4,18	4,17	4,26	4,27
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,53	1,51	1,47	1,53	1,58
10	Informasi dan Komunikasi	1,41	1,39	1,38	1,25	1,22
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	3,03	3,07	3,14	3,19	3,28
12	Real Estate	0,75	0,75	0,75	0,75	0,74
13	Jasa Perusahaan	0,29	0,32	0,32	0,33	0,34
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,14	3,04	2,93	2,90	2,88
15	Jasa Pendidikan	4,22	4,53	4,63	4,56	4,59
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,02	1,02	1,08	1,08	1,08
17	Jasa lainnya	1,76	1,82	1,90	1,85	1,91
Produk Domestik Regional Bruto		100	100	100	100	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Temanggung Tahun 2019

Berdasarkan tabel 1.1 dapat kita pahami bahwa sejak tahun 2014 PDRB Kabupaten Temanggung didominasi oleh sektor industri pengolahan maka sejak tahun tersebut industrialisasi berhasil dicapai oleh Kabupaten Temanggung. Hal

ini didukung oleh pernyataan Arsyad (2010:442) yang menjelaskan bahwa industrialisasi dapat diupayakan dengan dua jalan sekaligus yaitu secara vertikal yang diindikasikan oleh peningkatan nilai tambah yang tertuang pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan secara horizontal yang diindikasikan oleh semakin bertambahnya lapangan kerja produktif bagi masyarakat.

Sektor industri pengolahan yang ada di Kabupaten Temanggung terdiri atas berbagai jenis antara lain industri makanan minuman, industri pengolahan tembakau, industri tekstil dan pakaian jadi, dan berbagai macam jenis yang lain. Tabel 1.2 menyajikan peranan masing-masing jenis industri pengolahan terhadap industri pengolahan Kabupaten Temanggung selama tahun 2012-2016.

Tabel 1.2
Peranan Jenis Industri Pengolahan Terhadap Sektor Industri Pengolahan
Kabupaten Temanggung Tahun 2012-2016 (dalam persen)

No	Jenis Industri Pengolahan	2012	2013	2014	2015	2016
1	Industri makanan minuman	19,34	18,63	19,04	20,26	20,63
2	Pengolahan tembakau	25,27	24,82	25,05	22,90	21,50
3	Industri tekstil dan pakaian jadi	0,80	0,78	0,76	0,72	0,72
4	Industri kulit dan alas kaki	0,08	0,08	0,08	0,08	0,06
5	Industri pengolahan kayu	50,34	51,69	51,27	52,32	53,41
6	Industri kertas, percetakan dan media	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05
7	Industri kimia, farmasi, dan obat tradisional	0,88	0,86	0,87	0,87	0,87
8	Industri karet dan plastic	0,32	0,27	0,26	0,26	0,26
9	Industri barang galian bukan logam	2,07	1,92	1,78	1,73	1,71
10	Industri barang dari logam, komputer, elektronik, optik, dan peralatan listrik	0,44	0,47	0,45	0,41	0,39
11	Industri mesin	0,04	0,04	0,04	0,04	0,03
12	Industri furniture	0,32	0,31	0,30	0,30	0,31
13	Industri pengolahan lainnya	0,08	0,08	0,08	0,08	0,07

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Temanggung Tahun 2019

Berdasarkan tabel 1.2 industri pengolahan didominasi oleh tiga jenis yaitu industri pengolahan kayu, industri pengolahan tembakau, serta industri makanan minuman. Sedangkan jenis industri pengolahan yang lain hanya berkontribusi kecil terhadap industri pengolahan. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya-upaya pengembangan pada jenis industri pengolahan yang lain agar industrialisasi di Kabupaten Temanggung semakin merata dan berkualitas.

Salah satu contoh jenis industri pengolahan yang kontribusinya kecil yaitu jenis industri tekstil dan pakaian jadi yang mana selama periode tahun 2012 sampai tahun 2016 terjadi penurunan kontribusi dari 0,80 persen menjadi hanya 0,72 persen. Hal ini semakin menegaskan bahwa industrialisasi yang berlangsung di Kabupaten Temanggung hanya didominasi oleh industri pengolahan kayu dan industri makanan minuman sehingga harus ada upaya-upaya pengembangan industri yang lain untuk mencapai pemerataan dan industrialisasi yang berkualitas di Kabupaten Temanggung.

Mulyadi dan Djumarman (2008) menyatakan bahwa pengembangan industri di daerah hendaknya didasarkan pada potensi unggulan yang dimiliki daerah tersebut agar dapat bersaing di tingkat nasional maupun global. Potensi yang menjadi sumber keunggulan daerah dalam persaingan nasional maupun global diharapkan dapat mendorong terciptanya kemandirian pembangunan. Hal ini akan memudahkan penyusunan kebijakan daerah mengenai industri apa yang akan dikembangkan. Lebih lanjut, Mulyadi dan Djumarman (2008) menyatakan bahwa Indonesia memiliki sumber daya yang belum dimanfaatkan secara optimal sehingga Indonesia perlu memadukan sumber daya alam, teknologi, budaya, reputasi, dan didukung tenaga kerja untuk menciptakan produk unggulan khas daerah. Daerah hendaknya memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara optimal sehingga dapat menciptakan spesifikasi produk unik yang dimiliki daerah tersebut. Jika hal ini terlaksana dengan baik maka akan mempermudah pemerintah membuat kebijakan yang mendorong kemandirian pembangunan ekonomi.

Lin, *et al* (2013) menyatakan bahwa untuk melakukan pengembangan industri di masing-masing daerah atau provinsi seharusnya didasarkan pada keunggulan komparatif yang dimiliki masing-masing daerah. Keunggulan komparatif merujuk pada perbandingan dalam hal rendahnya biaya kesempatan diantara dua pihak untuk memproduksi suatu barang (Mankiw dkk. 2014:50). Keunggulan komparatif yang dimiliki masing-masing daerah akan memudahkan pemerintah maupun pihak pembuat kebijakan memetakan strategi pengembangan industrinya.

Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bisa dilakukan dengan cara menggerakkan semua sumber daya lokal untuk mendukung daya saing perusahaan lokal. Kekhasan daerah seperti sejarah, geografi, dan budaya dapat dimobilisasi untuk memenuhi syarat produk-produk suatu wilayah sehingga perusahaan lokal atau UMKM dapat menggunakan kekhasan tersebut untuk meningkatkan nilai produk mereka dan mempertahankan keunikan atas produk mereka (Sodano, 2001 dalam Ribeiro dan Santos, 2008).

Kabupaten Temanggung sudah dikenal luas sebagai daerah penghasil tembakau. Hal ini didukung oleh Hasil Sensus Ekonomi 2016 Kabupaten Temanggung yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Temanggung yang menyatakan bahwa sebanyak 47,56 persen industri pengolahan tembakau di Jawa Tengah berpusat di Kabupaten Temanggung sehingga tepat jika Kabupaten Temanggung dikenal sebagai Kota Tembakau. Maka dari itu, Temanggung sebenarnya memiliki kompetensi inti berupa ciri khas keunggulan

daerah dengan memanfaatkan unsur tembakau sebagai kekuatan bersaing secara nasional maupun internasional.

Pada kesempatan lain, mulai tahun 2009 UNESCO (*United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization*) atau Organisasi Internasional di Bidang Pendidikan, Sains, dan Budaya mengakui batik Indonesia sebagai salah satu dari 76 warisan budaya nonbenda sekaligus mengukuhkan hak paten batik milik Indonesia. Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia sehingga masing-masing daerah di Indonesia berlomba-lomba berkreasi menghasilkan motif batik khas yang menggambarkan kondisi daerahnya masing-masing (Prasetyo dan Singgih, 2016).

Pengakuan batik dari UNESCO tersebut telah mendorong lahirnya berbagai motif batik khas daerah. Batik motif Jonegoroan yang menjadi identitas masyarakat Kabupaten Bojonegoro mempunyai makna mengenalkan potensi alam, budaya, dan profesi masyarakat Bojonegoro (Octaviani, 2015). Batik motif Asmat yang berasal dari Papua melambangkan budaya masyarakat sekitar dan unsur sejarah serta arkeolog berupa fosil, artefak, dan benda purbakala di dalamnya (Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, 2012). Selain itu terdapat pula beberapa contoh batik khas daerah antara lain Batik Rencong dari Aceh, Batik Benang Bintik dari Palangkaraya, Batik Bomba dari Sulawesi Tengah, Batik Dobonsolo dari Jayapura, Batik Sekar Jagad dari Yogyakarta, Batik Tujuh Rupa dari Pekalongan, dan lain sebagainya (Kina, 2013).

Kombinasi antara unsur tembakau dan batik ternyata dapat menghasilkan batik mbako (batik dengan berbagai motif tembakau) sehingga produk ini

diharapkan bisa menjadi suatu produk khas daerah yang dimiliki Kabupaten Temanggung untuk membangun kemandirian perekonomian daerahnya tanpa harus selalu bertumpu pada industri pengolahan kayu dan industri makanan minuman. Istilah “mbako” merujuk pada kebiasaan orang Temanggung yang menyebut nama tembakau dengan sebutan mbako (hasil wawancara dengan Iman Nugroho salah seorang pemilik usaha industri batik mbako pada tanggal 7 Februari 2019). Batik mbako diharapkan menjadi suatu produk unggulan daerah Temanggung sehingga mampu bersaing dengan produk batik dari daerah lain.

Tabel 1.2 menyatakan bahwa kontribusi jenis industri tekstil dan pakaian jadi yang di dalamnya terdapat industri batik mbako belum berkembang maksimal bahkan kontribusinya pada sektor industri pengolahan cenderung mengalami penurunan. Industri pakaian jadi tersebut berkontribusi sebesar 0,80 persen pada tahun 2012 dan 0,78 persen tahun 2013 dan terus menurun hingga menjadi 0,72 persen pada tahun 2016. Maka dari itu, industri batik mbako perlu dikembangkan karena industri ini menggunakan sumber daya lokal untuk menciptakan produk khas daerah Kabupaten Temanggung.

Tabel 1.3 menyajikan data jumlah perusahaan/pengrajin batik mbako beserta alamat perusahaannya. Di dalam tabel 1.3, disebutkan bahwa industri batik mbako didominasi oleh perusahaan perseorangan daripada perusahaan berbadan hukum (seperti CV atau PT).

Tabel 1.3
 Nama Perusahaan/Pengrajin Batik Mbako di Kabupaten Temanggung Tahun 2018

No	Nama Perusahaan/Pengrajin	Alamat Perusahaan/ Pengrajin
1	CV Pesona Tembakau	Kelurahan Manding Kecamatan Temanggung
2	Nurul Khasanah	Kelurahan Manding Kecamatan Temanggung
3	Fitria Fara Azizah	Kelurahan Jurang Kecamatan Temanggung
4	Siti Zulaikhah	Kelurahan Kowangan Kecamatan Temanggung
5	Yori	Kelurahan Mudal Kecamatan Temanggung
6	Lily Setyawati	Kelurahan Brojolan Kecamatan Temanggung
7	Waltiyah	Desa Soborejo Kecamatan Pringsurat
8	Wiwik Supriyati	Desa Botoputih Kecamatan Tembarak
9	Rohmiyati	Desa Botoputih Kecamatan Tembarak
10	Siti Asiyah	Desa Greges Kecamatan Tembarak
11	Daimah	Desa Greges Kecamatan Tembarak
12	Indah Wati	Desa Gandulan Kecamatan Kaloran
13	Indah Sulistyawati	Desa Purbosari Kecamatan Ngadirejo
14	Ambar Sulistyawati	Desa Campursari Kecamatan Bulu
15	Kus Budiharti	Desa Jetis Kecamatan Selopampang
16	Dedi Aris S	Desa Kemiriombo Kecamatan Gemawang

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Temanggung Tahun 2019

1.2 Cakupan Masalah

Berdasarkan observasi dan wawancara awal yang dilakukan penulis terhadap empat orang responden pemilik usaha pada industri batik mbako terhitung sejak tanggal 7 Februari 2019 sampai 11 April 2019 dapat diketahui beberapa masalah yang selama ini dihadapi pemilik usaha dalam pengembangan industri batik mbako. Masalah-masalah tersebut selanjutnya menjadi cakupan masalah dalam penelitian ini agar pembahasan dan analisis tidak melebar ke hal-hal lain. Masalah-masalah tersebut antara lain masalah pemasaran, tenaga kerja, modal, dan bahan baku.

- Masalah Pemasaran

Banyak perusahaan atau pengrajin batik mbako yang mengandalkan pesanan sehingga kegiatan produksi bersifat musim pesanan dan tidak berkelanjutan. Datangnya pesanan tidak menentu atau tidak dapat diprediksi sehingga berpengaruh terhadap keberlanjutan proses produksi.

- Masalah Tenaga Kerja

Tenaga kerja pada industri batik mbako memiliki keterampilan yang rendah. Hal ini terlihat pada produktivitas yang rendah karena kurangnya keterampilan membatik terutama batik tulis maupun batik cap, jam kerja yang tidak maksimal, serta sering meninggalkan pekerjaan jika ada kepentingan lain (*abseneisme*). Selain itu, generasi muda kurang minat mengembangkan industri batik mbako karena keuntungan yang diperoleh dari usaha ini tergolong rendah dan tidak menentu. Hal ini terlihat pada sedikitnya tenaga kerja usia muda yang bekerja di industri batik mbako.

- Masalah Modal

Modal usaha selama ini didapat dari tabungan pribadi dan pinjaman keluarga. Modal seperti ini jumlahnya kecil dan bersifat terbatas untuk mengembangkan industri. Menurut pelaku usaha industri batik mbako, mereka membutuhkan modal yang lebih besar untuk memperluas tempat produksi dan pengadaan peralatan perusahaan (Instalasi Pengolahan Air Limbah/IPAL, alat cap batik, wajan cap batik, alat pelorotan batik).

- **Masalah Bahan Baku**

Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan batik mbako selalu mengalami kenaikan harga dari tahun ke tahun. Selain itu, ada beberapa bahan pewarna yang belum bisa diproduksi di dalam negeri sehingga masih mengandalkan impor dan harganya lebih mahal. Sedangkan untuk menggunakan pewarna alami membutuhkan waktu lebih lama meskipun bahan pewarna alami mudah diperoleh dari dalam negeri.

Berdasarkan uraian cakupan masalah di atas, penulis menyatakan perlu melakukan penelitian tentang "Strategi Pengembangan Industri Batik Mbako di Kabupaten Temanggung" guna berpartisipasi dalam pengembangan dan kemajuan industri batik mbako di Kabupaten Temanggung.

1.3 Rumusan Masalah

Industrialisasi yang berlangsung di Kabupaten Temanggung ternyata didominasi oleh tiga jenis industri besar yaitu industri pengolahan kayu, industri pengolahan tembakau, dan industri makanan minuman. Industri pengolahan di Kabupaten Temanggung yang hanya ditopang oleh tiga jenis industri pengolahan tersebut akan sangat berbahaya jika suatu saat ketiga jenis industri tersebut mengalami kontraksi (penurunan kinerja). Hal ini membuktikan bahwa industrialisasi di Kabupaten Temanggung bersifat kurang merata dan kurang berkualitas karena hanya ditopang oleh tiga jenis industri saja. Maka dari itu, dibutuhkan strategi pengembangan industri pengolahan yang lain agar

industrialisasi yang berlangsung di Kabupaten Temanggung semakin merata dan berkualitas.

Kabupaten Temanggung sudah dikenal luas karena komoditas pertaniannya yaitu tanaman tembakau sehingga unsur tembakau dapat dikatakan sebagai potensi utama untuk memajukan Kabupaten Temanggung. Kombinasi antara unsur tembakau dan batik dapat menghasilkan produk unggulan daerah yaitu batik mbako sehingga industri batik mbako sangat potensial untuk dikembangkan.

Batik mbako sudah diproduksi oleh beberapa perusahaan yang tercakup dalam lingkup industri batik mbako. Namun, perkembangan industri batik mbako belum maksimal dikarenakan terdapat beberapa masalah pada pemasaran, tenaga kerja, modal, dan bahan baku. Berdasarkan penjelasan di atas, pertanyaan penelitian yang akan dipecahkan melalui penelitian ini antara lain:

- 1) Bagaimana profil industri batik mbako di Kabupaten Temanggung?
- 2) Bagaimana kondisi pemasaran, tenaga kerja, modal, dan bahan baku pada industri batik mbako di Kabupaten Temanggung?
- 3) Bagaimana strategi pengembangan industri batik mbako di Kabupaten Temanggung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dengan adanya penelitian ini antara lain:

- 1) Mengetahui dan menganalisis profil industri batik mbako di Kabupaten Temanggung.

- 2) Mengetahui dan menganalisis produktivitas pemasaran, tenaga kerja, modal, dan bahan baku pada industri batik mbako di Kabupaten Temanggung.
- 3) Menyusun strategi pengembangan industri batik mbako di Kabupaten Temanggung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari adanya penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1) Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca maupun akademisi tentang strategi pengembangan industri.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan kajian penelitian lebih lanjut tentang masalah penelitian yang bersangkutan.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah di Perpustakaan Fakultas Ekonomi maupun Perpustakaan Universitas Negeri Semarang.

2) Manfaat Praktis

- a. Pelaku usaha pada industri batik mbako di Kabupaten Temanggung dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan usahanya.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam menjalankan kebijakan di lembaganya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Definisi Industri

Industri sering kali didefinisikan bermacam-macam. Menurut Prasetyo (2010) dalam pemahaman ekonomi mikro, industri diartikan sebagai kumpulan perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan produksi barang-barang yang sama (homogen) serta memiliki substitusi yang erat. Sedangkan dalam pemahaman ekonomi makro, industri ialah segala kegiatan ekonomi yang bertujuan menciptakan nilai tambah dan kesejahteraan rakyat.

Kuncoro (2007:167) mendefinisikan industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, produk akhir, dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri merupakan kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan atau jasa dengan elastisitas silang yang positif dan tinggi.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang dimaksud usaha mikro ialah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang

dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut.

Pengertian usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

Undang-undang tersebut juga menjabarkan kriteria dari masing-masing usaha baik usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah. Kriteria tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1
Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

Jenis Usaha	Kriteria	
	Aset (Kekayaan Bersih)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal Rp50 juta	Maksimal Rp300 juta
Usaha Kecil	Rp50 juta–Rp500 juta	Rp300 juta–Rp2,5 miliar
Usaha Menengah	Rp500 juta–Rp10 miliar	Rp2,5 miliar–Rp50 miliar

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia juga mengklasifikasikan perusahaan atau usaha industri menurut jumlah kepemilikan tenaga kerja. Industri mikro adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 1 sampai 4 orang. Industri kecil adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 5 sampai 19 orang. Industri menengah adalah perusahaan industri dengan kepemilikan tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang. Industri besar adalah perusahaan industri yang memiliki tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Meskipun UMKM memiliki definisi yang berbeda-beda namun pada dasarnya UMKM memiliki karakteristik yang hampir sama yaitu tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi; rendahnya akses UMKM pada lembaga pembiayaan formal sehingga sering memperoleh pendanaan dari keluarga, kerabat, atau rentenir; banyak UMKM yang belum berbentuk badan hukum; mayoritas UMKM bergerak di sektor makanan, minuman, dan tembakau (Kuncoro, 2007).

Menurut Tambunan (1999:20), usaha kecil atau industri kecil memiliki karakteristik antara lain:

- a. Memiliki proses produksi yang dilakukan di tempat khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi di samping rumah pemilik usaha.
- b. Sebagian tenaga kerja pada industri kecil merupakan pekerja bayaran.
- c. Produk yang dibuat bukan termasuk barang-barang yang cukup canggih (*sophisticated*).

Sedangkan menurut Prasetyo (2010) industri kecil memiliki karakteristik antara lain bersifat padat karya, berada pada struktur pasar persaingan sempurna,

dan memiliki tingkat konsentrasi yang rendah. Industri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha ekonomi sehingga penyebutan istilah industri dan usaha hanyalah berbeda nama sedangkan dalam konteks makna ekonomi keduanya memiliki makna yang sama.

2.2 Teori Produksi

Produksi merupakan kegiatan meningkatkan manfaat atas suatu barang. Untuk meningkatkan manfaat tersebut diperlukan bahan-bahan yang disebut faktor produksi. Dengan asumsi bahwa faktor produksi bersifat terbatas maka faktor-faktor produksi harus digunakan secara efisien (Soeharno, 2007:4).

Sugiarto (2007:202) mendefinisikan produksi sebagai suatu kegiatan mengubah input menjadi output. Kegiatan tersebut dalam istilah ekonomi biasanya dinyatakan dengan fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input. Yang dinamakan output ialah barang atau jasa hasil proses produksi sedangkan input adalah faktor-faktor produksi yang digunakan untuk membuat barang atau jasa. Secara matematis, fungsi produksi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Q = f(K, L, X, E) \quad \text{(Persamaan 1. Fungsi produksi)}$$

Keterangan:

Q = output produksi

K, L, X, E = input produksi (modal, tenaga kerja, bahan baku, faktor lain)

Mankiw dkk (2014) menjelaskan yang dimaksud faktor-faktor produksi ialah input-input yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa. Yang tergolong faktor-faktor produksi antara lain tenaga kerja, modal, dan bahan baku. Penjelasan tentang faktor produksi tenaga kerja, modal, dan bahan baku akan dijabarkan sebagai berikut:

- Tenaga Kerja

Menurut Mankiw (2006:46), tenaga kerja adalah waktu yang dihabiskan orang untuk bekerja memproduksi barang atau jasa. Sedangkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 mendefinisikan tenaga kerja yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor terpenting dalam proses produksi disamping modal, tanah, dan teknologi. Kondisi tenaga kerja pada setiap negara berbeda-beda namun pada umumnya negara sedang berkembang memiliki kualitas tenaga kerja yang rendah. Rendahnya kualitas tenaga kerja akan berdampak pada produktivitas tenaga kerja yang rendah pula.

- Modal

Menurut Mankiw (2006:46) modal adalah segala macam sarana yang digunakan oleh tenaga kerja seperti tanah, bangunan, mesin, dan lain-lain untuk memproduksi barang atau jasa. Perbedaan kepemilikan modal setiap negara disebabkan antara lain karena perbedaan dalam hal tingkat tabungan

nasional, perbedaan distribusi pendapatan nasional yang didistribusikan pada faktor produksi, serta ekspektasi kebijakan ekonomi di masa depan.

Anoraga (2002) menyatakan bahwa salah satu masalah yang dihadapi oleh industri kecil ialah kesulitan mengakses modal dari lembaga pembiayaan formal seperti bank, pasar modal, dan lain sebagainya. Kinerja industri yang tidak stabil, produktivitas yang rendah, ketertinggalan teknologi serta kurangnya inovasi merupakan penyebab penyaluran modal tidak sampai kepada industri kecil. Lebih lanjut, Anoraga (2002) menjabarkan bahwa pada umumnya modal yang dimiliki industri kecil berasal dari tabungan pribadi pemilik perusahaan, pinjaman keluarga, dana kemitraan penyisihan laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN), hibah, modal ventura atau modal patungan, serta jenis-jenis pembiayaan lainnya.

- **Bahan Baku**

Menurut Reksohadiprodjo dan Gitasudarmo (1997:199) bahan baku merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting. Kekurangan bahan baku dapat mengakibatkan terhentinya proses produksi. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya perencanaan dan pengaturan terhadap ketersediaan bahan baku agar kelancaran proses produksi dapat terjamin. Adapun menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian disebutkan pada Pasal 1 bahan baku adalah bahan mentah, bahan setengah jadi, atau barang jadi yang dapat diolah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang mempunyai nilai ekonomi lebih tinggi.

Sedangkan menurut Nasution (2003:103), bahan baku adalah input dari proses transformasi menjadi produk jadi. Secara garis besar, Nasution menggolongkan bahan baku menjadi dua jenis yaitu bahan baku utama dan bahan baku penolong. Bahan baku utama harus ada di setiap elemen produk karena kedudukannya yang sangat penting sedangkan bahan baku penolong berfungsi sebagai pelengkap untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) yang lebih tinggi. Cara untuk membedakan bahan baku utama dengan bahan baku penolong adalah dengan melakukan penelusuran terhadap elemen-elemen atau bahan-bahan tersebut ke dalam produk jadi.

Setelah proses produksi selesai dan menghasilkan barang atau jasa maka diperlukan usaha-usaha untuk memasarkan barang tersebut agar dapat digunakan konsumen memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Kotler (2005:13) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mana dengan proses tersebut individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan membuat, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Lebih lanjut, Kotler (2005:14) menjelaskan istilah pemasaran yang disahkan pada tahun 1985 oleh Asosiasi Pemasaran Amerika (*American Marketing Association*) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran perorangan dan organisasi. Sedangkan David (2006:179) menjabarkan istilah pemasaran yaitu proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan akan produk dan jasa.

Fungsi dasar pemasaran antara lain analisis pelanggan, penjualan produk/jasa, perencanaan produk/jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang. Pemasaran sangat penting karena merupakan teknik meraih pangsa pasar yang luas dan memahami pelanggan sebaik mungkin sehingga produk/jasa tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan (David, 2006:179).

2.3 Strategi Pengembangan Industri

2.3.1 Tipe - Tipe Strategi

Menurut Andrews (dalam Anoraga, 2004) strategi adalah suatu proses melakukan evaluasi atau peninjauan terhadap kekuatan dan kelemahan sebuah perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar atau strategi produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Strategi adalah tujuan jangka panjang sebuah perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan tersebut (Chandler dalam Rangkuti, 2006). Strategi dibutuhkan untuk mengalokasikan sumber daya yang jumlahnya terbatas secara efisien agar tujuan perusahaan bisa tercapai.

Marrus (dalam Sedarmayanti, 2014:16) mendefinisikan strategi sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang sebuah organisasi yang disertai suatu penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pemahaman yang baik mengenai

konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan sangat menentukan tingkat keberhasilan strategi yang disusun. Marrus (dalam Sedarmayanti, 2014:4) menjabarkan konsep tersebut antara lain:

1. *Distinctive Competence*, yaitu tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. *Distinctive Competence* ini meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya. Bila dua faktor tersebut dikembangkan sebaik mungkin maka perusahaan akan unggul dibandingkan pesaingnya.
2. *Competitive Advantage*, yaitu keunggulan bersaing yang disebabkan karena pilihan strategi yang diambil perusahaan untuk merebut peluang pasar. Jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang lebih kompetitif maka perusahaan harus memilih salah satu dari prinsip berbisnis dengan produk harga tinggi atau produk berbiaya rendah.

Berdasarkan konsep *Competitive Advantage* ini, Porter (2008) menyatakan terdapat tiga strategi yaitu strategi diferensiasi, strategi keunggulan biaya rendah, dan strategi fokus.

a. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi yaitu strategi dengan tujuan membuat produk yang menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh perusahaan dan ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga. Diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan pesaing meskipun dengan cara yang berbeda dari

strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat kepada persaingan karena adanya loyalitas dari merek pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah. Jenis strategi ini lebih tepat diterapkan pada konsumen yang memiliki elastisitas permintaan yang rendah (inelastis).

b. Strategi Keunggulan Biaya Rendah

Strategi Keunggulan Biaya Rendah yaitu strategi yang menekankan pembuatan produk dengan biaya rata-rata per unit sangat rendah atau minimal untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar yang relatif tinggi atau kelebihan yang lain seperti akses yang menguntungkan kepada bahan baku. Selain itu, perlu merancang produk agar mudah didapat, menjual banyak lini produk yang mudah dibuat, menjual banyak lini produk yang berkaitan untuk meratakan biaya, serta melayani kelompok pelanggan yang besar guna membangun volume. Penerapan strategi biaya rendah mungkin memerlukan investasi modal pendahuluan yang besar untuk peralatan modern, penetapan harga yang agresif, dan kerugian awal untuk membina bagian pasar yang tinggi sehingga pada akhirnya dapat memungkinkan skala ekonomis dalam pembelian yang akan semakin menekan biaya. Jenis strategi ini cocok diterapkan pada kurva permintaan yang memiliki angka elastisitas permintaan yang tinggi (elastis).

c. Strategi Fokus

Strategi fokus yaitu strategi perusahaan untuk membuat dan menyediakan produk atau jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen. Strategi diferensiasi dan biaya rendah ditujukan untuk mencapai sasaran pada keseluruhan industri sedangkan strategi fokus dibangun untuk melayani target secara baik. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strateginya yang sempit secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang bersaing lebih luas.

2.3.2 Pengembangan Industri

Menurut J. A. Schumpeter (dalam Jhingan, 1993:2), pengembangan adalah *“discontinuous and spontaneous change in the stationary state which forever alters and displaces the equilibrium state previously existing”* yang artinya perubahan spontan dan terputus-putus senantiasa mengubah dan mengganti situasi keseimbangan untuk waktu sebelumnya. Tambunan dalam Wiyadi (2015:78) menyatakan bahwa proses pengembangan industri juga perlu dilaksanakan secara terpadu dan saling terkait antara industri mikro, kecil, menengah, dan besar. Hal ini dimaksudkan agar seluruh komponen industri dapat tumbuh dan berkembang secara bersama-sama. Setelah industri tersebut tumbuh dan berkembang maka dalam jangka panjang diharapkan dapat menciptakan peluang pasar baru di tingkat domestik maupun global, menambah kesempatan kerja, menciptakan nilai tambah, dan meningkatkan daya saing industri tersebut.

Arsyad (2010:442) menyatakan bahwa tolok ukur industri yang berkembang dapat dilihat dari dua jalan sekaligus, yaitu secara vertikal dan horizontal. Secara vertikal, pengembangan industri tersebut diindikasikan oleh semakin besarnya nilai tambah pada Produk Domestik Bruto (PDB). Adapun secara horizontal, pengembangan industri dapat dilihat dari semakin luasnya lapangan kerja produktif yang tersedia bagi masyarakat.

2.4 Pengertian Batik Mbako

Batik sebagai warisan budaya tak benda Indonesia memiliki nilai dan senantiasa mengalami perkembangan. Batik yang dulunya hanya dipakai oleh kalangan keluarga keraton di Solo dan Jogja, kini batik sudah diproduksi massal dan dipakai oleh seluruh rakyat Indonesia bahkan dunia.

Musman dan Arini (2011) mendefinisikan batik berasal dari rangkaian kata *mbat* dan *tik*. Dalam bahasa jawa, *mbat* diartikan sebagai *ngembat* atau melempar berkali-kali sedangkan *tik* diartikan titik. Jadi membatik adalah melempar titik berkali-kali pada kain. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, batik merupakan kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.

Adapun pengertian batik menurut Konsensus Nasional 12 Maret 1996 (dalam Riyanto, 1997) yaitu karya seni rupa pada kain dengan pewarnaan rintang dan menggunakan lilin (malam) sebagai perintang warna. Hamidin (2010) juga mendefinisikan batik yaitu teknik pembuatan corak menggunakan canting atau

cap dan pencelupan kain, dengan menggunakan perintang warna corak yang bernama lilin (malam) yang diaplikasikan di atas kain.

Adapun yang dimaksud dengan batik mbako adalah "...motif batik yang ada hubungannya dengan tembakau seperti daun tembakau, bunga tembakau, keranjang tempat tembakau, serta gobang atau pisau yang digunakan untuk memotong tembakau...." (wawancara dengan Lili Setyawati salah seorang pemilik usaha pada industri batik mbako tanggal 16 Maret 2019). Sedangkan pengertian batik mbako menurut Iman Nugroho selaku pencetus ide pembuatan batik mbako yaitu "...batik mbako merupakan batik khas daerah Temanggung yang mengangkat ikon Temanggung yaitu tembakau sebagai motifnya untuk bersaing di pasar domestik maupun nasional...." (wawancara tanggal 11 Maret 2019 pukul 11.00 WIB).

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat penelitian yang sudah diselesaikan oleh peneliti lain, baik dalam bentuk jurnal atau skripsi. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penyusunan penelitian ini ialah penelitian yang menyangkut tentang faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, bahan baku, dan juga pemasaran. Penelitian terdahulu akan dijelaskan secara ringkas pada tabel 2.2.

Tabel 2.2
 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun/Judul	Alat Analisis	Hasil dan Kesimpulan
1	Ana Syukriah dan Imam Hamdani/2013/ Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui <i>Comparative Advantage</i> Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung	Studi pustaka	Dibutuhkan penciptaan produk yang memiliki keunggulan komparatif, unik, serta khas. Produk tersebut dapat dibuat dari bahan baku komoditas lokal daerah.
2	Berryl Raushan Fikri/2014/Batik Tulis di CV. Pesona Tembakau Manding Temanggung Jawa Tengah Ditinjau dari Pengembangan Bentuk Motif dan Warna	Analisis Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Motif batik mbako antara lain Motif Ron Mbako, Ron Mbako Selanjar, Ron Abstrak, dan Motif Godhong Jejer. - Zat pewarna alami untuk kain batik mbako berasal dari ekstrak daun tembakau basah maupun kering. - Pengembangan usaha dengan mengambil unsur batik tradisi seperti motif parang, kawung, dan sekar jagad yang dipadukan dengan motif batik mbako.
3	Desy Nurcahyanti dan Tiwi Bina Affanti/2018/ Pengembangan Desain Batik Kontemporer Berbasis Potensi Daerah dan Kearifan Lokal	Analisis Deskriptif	Pengembangan motif batik yang berdasarkan potensi keunggulan daerah dan kearifan lokal memiliki urgensi dan prospek yang lebih baik dalam jangka panjang daripada motif batik yang berdasarkan tren atau permintaan pasar karena tren bersifat sementara berbeda dengan kearifan lokal yang dikenal lebih tahan lama.
4	Rubiati Nurin Octaviani/2015/ Dampak Pengakuan Batik dari UNESCO Terhadap Motif Batik Jonegoroan Sebagai Identitas Batik Pada Masyarakat Bojonegoro di Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro	Deskriptif Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Motif batik Jonegoroan menggambarkan potensi alam, budaya, dan profesi masyarakat Bojonegoro - Motif batik Jonegoroan digunakan sebagai busana tradisi pengambilan api abadi pada HUT Bojonegoro - Terdapat festival desain motif batik khas Bojonegoro, sosialisasi pelatihan dasar membatik, pemberian modal usaha, <i>launching</i> sembilan motif batik, pemberian dasar hukum batik Jonegoroan, penetapan Desa Jono

			sebagai sentra batik Jonegoroan, dan pemasaran batik Jonegoroan.
5	P. Eko Prasetyo/2017/ Productivity of Textile Industry and Textile Products in Central Java	<ul style="list-style-type: none"> - Model American Productivity Center - Model Mundel - New Product Index - Feature Function Index - Time to Market Index 	<ul style="list-style-type: none"> - Terjadi penurunan produktivitas kecuali input modal pada industri tekstil dan produk tekstil di Jawa Tengah - Berdasarkan perhitungan Model Mundel, penurunan produktivitas terjadi pada input tenaga kerja dengan 1 orang mandor dan 3 orang mandor/pengawas - Pengembangan produk baru belum efektif dan strategi terbaik untuk dipilih dalam mengembangkan produk baru di pasar baru adalah strategi diversifikasi - Industri tekstil dan produk tekstil di Jawa Tengah masih harus terus meningkatkan produktivitasnya dan meningkatkan pengembangan produk baru secara efektif menggunakan strategi diversifikasi.
6	Ravinder Kumar, Rajesh K Singh, dan Ravi Shankar /2014/ Strategy development by Indian SMEs for improving coordination in supply chain: An empirical study	SPSS 17	<ul style="list-style-type: none"> - Ketidakpastian pesanan/permintaan pelanggan, kurangnya pengetahuan tentang manajemen rantai pasokan, dan keterlibatan perantara dalam rantai pasokan adalah masalah utama yang dihadapi oleh UKM di India selama implementasi manajemen rantai pasokan. - Peningkatan kualitas, pengiriman tepat waktu, dan pengurangan biaya adalah prioritas utama sambil membentuk strategi rantai pasokan. - Strategi koordinasi berkorelasi positif dengan kinerja bisnis.
7	Luqman Hanif/2017/ Strategi Pengembangan Industri Kecil Makanan Khas Pengolahan Terong Belanda Sebagai Pendukung Sektor Pariwisata (Studi Kasus di Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo	<ul style="list-style-type: none"> - SWOT - Matriks Ansoff 	<ul style="list-style-type: none"> - Industri ini memiliki kekuatan utama berupa produk telah memperoleh ijin dari Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo sedangkan peluang utama berupa kondisi perekonomian yang mendukung. - Strategi pengembangan industri yang tepat dilakukan yaitu membentuk asosiasi pelaku industri dan mengadakan kerja sama dengan instansi terkait. - Strategi yang pertama dan utama

			dilakukan yaitu pengembangan pasar dengan menjual produk ke kabupaten Temanggung, Kendal, Tegal, Tangerang, dan Makassar. Strategi kedua berupa pengembangan produk dengan membuat produk obat herbal.
8	Geoff Bamberry dan Rumintha Wickramasekara/2012/ Domestic and International Strategies in the Queensland Wine Industry	- Persentase	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi utama yaitu fokus pada penjualan di pasar domestik untuk memperoleh harga tinggi. - Mengembangkan hubungan yang erat dengan industri pariwisata, menggunakan internet untuk memperluas penjualan, dan memperluas pasar domestik secara bertahap. - Strategi penargetan pasar yang akrab, dekat secara psikologis dan ceruk pada tahap awal ekspor, serta mengambil keuntungan dari kekuatan spesifik perusahaan dan kompetensi manajerial.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain:

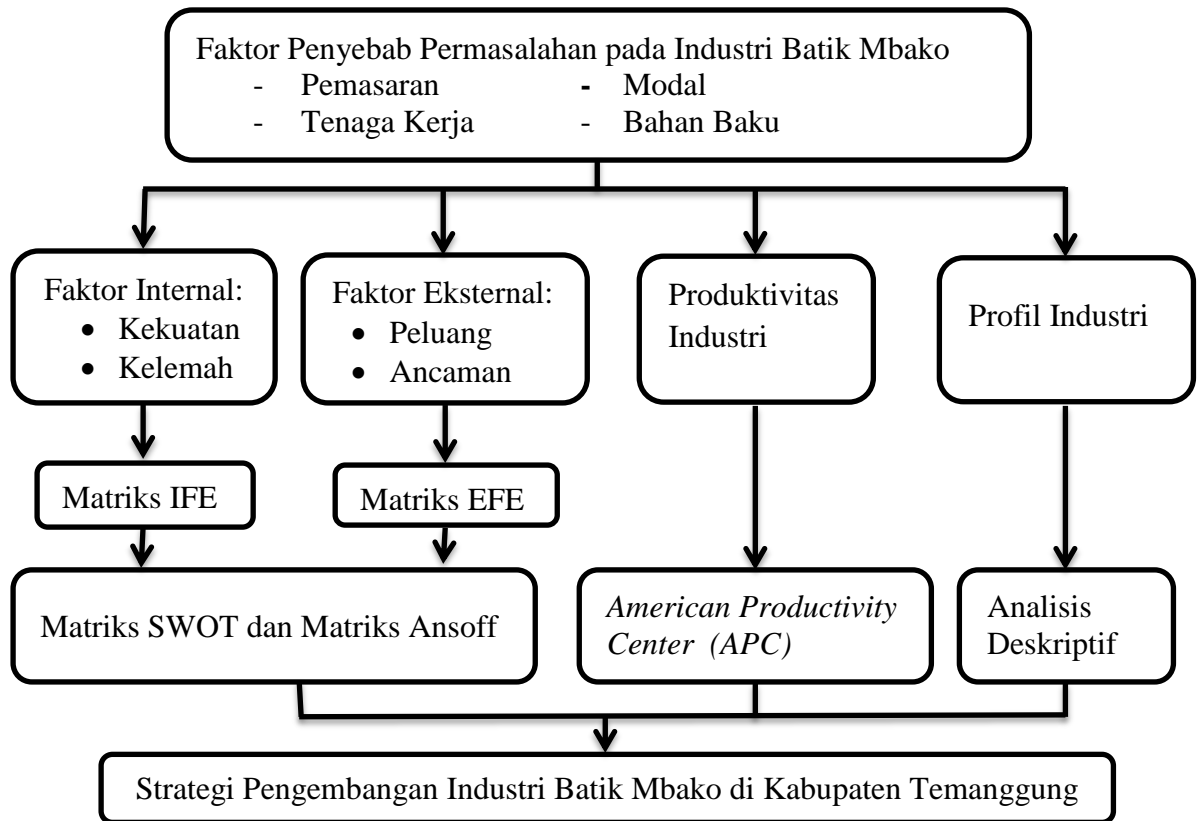
1. Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh P. Eko Prasetyo untuk mengukur produktivitas industri tekstil dan produk tekstil.
2. Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Luqman Hanif menggunakan alat analisis SWOT dan Matriks Ansoff.
3. Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Luqman Hanif menggunakan variabel tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.
4. Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ana Syukriah dan Imam Hamdani yang bertujuan mengembangkan industri potensial pada suatu daerah untuk memperoleh keunggulan komparatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain:

1. Lokasi penelitian ini berada di Kabupaten Temanggung berbeda dengan lokasi penelitian-penelitian terdahulu.
2. Fokus penelitian ini pada permasalahan yang dihadapi industri batik mbako dalam mengembangkan usahanya.
3. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, *American Productivity Center (APC)*, SWOT, dan Matriks Ansoff yang diperkuat atau dilengkapi oleh analisis Rasio Konsentrasi dan Struktur-Perilaku-Kinerja Industri.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir disusun guna memudahkan alur pelaksanaan penelitian sehingga tujuan penelitian dapat dicapai dengan mudah. Selain itu, kerangka berpikir juga menunjukkan peneliti agar fokus pada masalah yang sedang diteliti. Adapun kerangka berpikir yang menjadi pedoman pelaksanaan penelitian dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan industri batik mbako yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kesimpulan antara lain:

1. Industri batik mbako merupakan kumpulan perusahaan maupun pengrajin yang membuat batik motif mbako (mbako = tembakau dalam bahasa jawa) sebagai produk khas Kabupaten Temanggung. Industri ini berdiri tahun 2009 ditandai dengan berdirinya CV Pesona Tembakau yang menjadi satu-satunya perusahaan pembuat batik mbako di Temanggung pada tahun itu. Berkat adanya pelatihan membatik dan pemberdayaan masyarakat, jumlah perusahaan batik mbako meningkat hingga mencapai 16 perusahaan dan menyerap 75 tenaga kerja pada tahun 2018. Sebanyak 13 perusahaan berstatus milik pribadi dan 3 perusahaan lainnya berstatus usaha kelompok.
2. Produktivitas pemasaran naik 2,6% dan produktivitas bahan baku naik 2,3% sedangkan produktivitas tenaga kerja, produktivitas modal, dan produktivitas total masing-masing turun 56,7%, 39,6%, dan 22,7% pada tahun 2018 dibanding tahun 2012. Peningkatan produktivitas pemasaran dan produktivitas bahan baku disebabkan oleh kenaikan nilai produksi batik mbako warna alam sebagai dampak dari adanya pemberdayaan dan pelatihan batik mbako warna alam. Sedangkan penurunan produktivitas tenaga kerja disebabkan oleh rendahnya keterampilan tenaga kerja membuat batik mbako warna alam, kenaikan Upah

Minimum Regional (UMR) Kabupaten Temanggung yang melebihi kenaikan produksi batik mbako, dan adanya beberapa tenaga kerja tidak digaji mengakibatkan tidak adanya motivasi bagi tenaga kerja untuk menggunakan waktu sebagaimana mestinya. Penurunan produktivitas modal dan produktivitas total disebabkan oleh kenaikan penggunaan modal sehingga industri ini lebih tepat diarahkan untuk berorientasi padat tenaga kerja daripada padat modal.

3. Industri batik mbako di Kabupaten Temanggung memiliki kekuatan utama yaitu batik mbako sebagai produk khas Kabupaten Temanggung mengandung keunggulan komparatif sebagai kekuatan bersaing di pasar nasional maupun internasional. Sedangkan kelemahan utama yang menjadi beban industri ini ialah tenaga kerja sering meninggalkan pekerjaan saat jam kerja. Adapun peluang utama yang bisa dimanfaatkan industri ini yaitu pemerintah mendukung pengembangan industri dengan menjadikan batik mbako sebagai seragam kerja Aparatur Sipil Negara di lingkungan pemerintahan Kabupaten Temanggung yang tertuang pada Peraturan Bupati Temanggung Nomor 26 Tahun 2019. Sedangkan ancaman utama yang harus dihadapi industri ini ialah konsumen salah persepsi mengenai kain printing dianggap batik yang mengakibatkan permintaan batik menurun.

Strategi pertama dan paling utama untuk pengembangan industri batik mbako yaitu penetrasi pasar dengan memanfaatkan Peraturan Bupati Temanggung Nomor 26 Tahun 2019. Guna menunjang keberhasilan pelaksanaan strategi penetrasi pasar maka perusahaan industri perlu melakukan merger atau akuisisi untuk meningkatkan kapasitas produksi maupun efisiensi dan bekerja sama

dengan Pemerintah Kabupaten Temanggung dalam rangka mengencarkan promosi atau iklan pada website resmi pemerintah kabupaten untuk meningkatkan penjualan batik mbako.

Strategi kedua untuk pengembangan industri batik mbako yaitu pengembangan pasar dengan menjual batik mbako ke daerah penghasil tembakau maupun daerah pengolah tembakau (Kabupaten Kudus, Kediri, Jember, Garut, Nusa Tenggara Barat, dan Aceh), daerah yang terdapat kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, dokter, dan pengusaha (Semarang, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, dan lain sebagainya), serta kerja sama dengan perusahaan-perusahaan rokok agar batik mbako digunakan sebagai buah tangan cinderamata bagi mitra bisnis mereka.

Strategi terakhir untuk pengembangan industri batik mbako yaitu pengembangan produk dan diversifikasi dengan membuat produk baru yang terkait maupun tidak terkait dengan batik mbako. Pelaksanaan strategi terakhir ini cukup beresiko karena batik masih diminati konsumen Indonesia sehingga produk baru belum waktunya diciptakan.

5.2 Saran

Saran yang diberikan terkait dengan penelitian ini antara lain:

- 1.) Pelatihan membuat dan pemberdayaan sebaiknya ditujukan untuk meningkatkan akses pemasaran dan keterampilan tenaga kerja bukan untuk memasukkan perusahaan/pengrajin baru yang belum terjamin kelancaran akses

pemasaran, keterampilan tenaga kerja, dan kecukupan modal usahanya ke dalam industri batik mbako.

- 2.) Industri batik mbako sebaiknya melakukan upaya peningkatkan efisiensi dengan cara pembelian bahan baku secara kolektif dan melakukan merger atau akuisisi. Efisiensi ini bertujuan untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku, kekuatan tawar menawar pemasok bahan baku, dan kekuatan tawar menawar pembeli batik mbako yang dapat mengancam kinerja industri batik mbako. Lebih lanjut, peningkatan efisiensi merupakan landasan utama pelaksanaan strategi penetrasi pasar agar harga batik mbako lebih terjangkau oleh konsumen di Kabupaten Temanggung.
- 3.) Pemerintah Kabupaten Temanggung diharapkan memberi insentif kepada perusahaan industri batik mbako yang mengalami kerugian berupa potongan pajak atau subsidi biaya pameran mengingat produksi mereka berbasis pesanan yang sering diperoleh melalui acara pameran-pameran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah. 2018. Kerajinan Batik dan Pewarnaan Alami. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi* (136-148). <https://ejournal.undip.ac.id>article> diakses tanggal 21 Desember 2019.
- Anoraga, Panji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anoraga, Panji dan Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arbar, T. Fathanah. 2019. Dahsyatnya Industri Batik RI, Tak Lesu Meski Kena Krisis. *Dalam CNBC Indonesia*. 2 Oktober.
- Arbar, T. Fathanah. 2019. Ini Posisi dan Potensi Batik RI di Pasar Internasional. *Dalam CNBC Indonesia*. 2 Oktober.
- Arsyad, Lincolin. 2010. *Ekonomi Pembangunan: Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Astutik, Yuni. 2019. Jual Batik Go Internasional, Pengusaha Ini Cuma Bermodal KTP. *Dalam CNBC Indonesia*. 18 Oktober.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung. 2017. *Potensi Ekonomi Kabupaten Temanggung Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung. 2019. *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Temanggung Menurut Lapangan Usaha Tahun 2012-2016*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung. 2019. *Peranan Jenis Industri Pengolahan Terhadap Sektor Industri Pengolahan Kabupaten Temanggung Tahun 2012-2016*.
- Bambrery, Geoff dan Rumintha Wickramasekara. 2012. Domestic and International Strategies in the Queensland Wine Industry. *Emerald Journal*, 24(4):302-318. <https://www.emeraldinsight.com/1751-1062.htm> diakses tanggal 15 Februari 2020.
- Budi, Agus Satriyo. 2008. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Susu Kedelai Bubuk Instan (Studi Kasus: PD Mas Adam Berdasi Kec. Rumpin, Bogor)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.

- Cravens, David W. 2000. *Pemasaran Strategis: Edisi Keempat Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- David, Freed R. 2006. *Manajemen Strategis: Konsep Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Temanggung. Data Industri Kecil Menengah Batik Temanggung.
- Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. 2012. *Upaya Mengeksiskan Batik di Kancah Internasional*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Fejza, Ejup dan Alban Asllani. 2013. The Importance of Marketing in Helping Companies with Their Growth Strategies: The Case of Food Industry in Kosovo. *European Scientific Journal*, 9(16):326-335.
<http://eujournal.org/index.php/esj/article/view/1152/1168> diakses tanggal 15 Juli 2019.
- Fikri, B. Raushan. 2014. *Batik Tulis di CV Pesona Tembakau Manding Temanggung Jawa Tengah Ditinjau dari Pengembangan Bentuk Motif dan Warna*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hamidin, S. Aep. 2010. *Batik Warisan Budaya Asli Indonesia*. Yogyakarta: Narasi.
- Hanif, Luqman. 2017. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Makanan Khas Pengolahan Terong Belanda Sebagai Pendukung Sektor Pariwisata (Studi Kasus di Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo)*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Jhingan, M.L. 1993. *The Economics of Development and Planning, 40th Revised and Enlarged Edition*. New Delhi: Vrinda Publications.
- Kina. 2013. *Batik Nusantara: Edisi Khusus 2013*. Jakarta: Pusat Komunikasi Publik Kementerian Perindustrian Indonesia.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran: Edisi Keenam Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kumar, Ravinder, Rajesh K. Singh dan Ravi Shankar. 2014. Strategy Development by Indian SMEs for Improving Coordination in Supply Chain – An Empirical Study. *Competitiveness Review of Emerald Journal*, 24(5):414-432.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/CR-06-2012-0016/full/html> diakses tanggal 14 Februari 2020.

- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2014. *Otonomi Daerah: Menuju Era Baru Pembangunan*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Lin, Min, Yi Wang dan Guisheng Wu. 2013. Regional Strategies for Developing Emerging Industries of Strategic Importance in China. *Journal of Science and Technology Policy in China*, 4(1):20-35. <http://doi.org/10.1108/17585521311319125> diakses tanggal 1 April 2019.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Makroekonomi: Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw, N. Gregory, Euston Quah dan Peter Wilson. 2014. *Pengantar Ekonomi Mikro: Edisi Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, J. Lexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, Dedy dan Djumarman. 2008. Strategi Pengembangan Kompetensi Inti Industri Daerah. *Jurnal Riset Industri*, 2(3):120-132. <http://rocana.kemenperin.go.id/index.php/download/category/26-2010> diakses tanggal 2 Maret 2019.
- Musman, Asti dan Ambar B. Arini. 2011. *Batik Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Nasution, Arman Hakim. 2003. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Surabaya: Guna Widya.
- Nurchayanti, Desy dan Tiwi B Affanti. 2018. Pengembangan Desain Batik Kontemporer Berbasis Potensi Daerah dan Kearifan Lokal. *Jurnal Sositologi*, 17(3):391-402. <http://10.5614/sostek.itbj.2018.17.3.7> diakses tanggal 2 Maret 2019.
- Octaviani, R. Nurin. 2015. *Dampak Pengakuan Batik dari UNESCO Terhadap Motif Batik Jonegoroan Sebagai Identitas Batik Pada Masyarakat Bojonegoro di Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Peraturan Bupati Temanggung Nomor 26 Tahun 2019 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Temanggung. 2019. Temanggung: Diperbanyak oleh Humas Sekda Kabupaten Temanggung.

- Porter, Michael. 2008. *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing)*. Terjemahan Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, Adi dan Singgih. 2016. Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi*, 10(1):51-59. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi> diakses tanggal 18 Maret 2019.
- Prasetyo, P. Eko. 2010. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta: Beta Offset.
- Prasetyo, P. Eko. 2017. Productivity of Textile Industry and Textile Products in Central Java. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 10(2):257-272. doi:<http://dx.doi.org/10.15294/jejak.v10i2.11292> diakses tanggal 20 Juli 2019.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analysis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Reksohadiprodjo, Sukanto dan Indriyo Gitasudarmo. 1997. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ribeiro, J Cadima dan Jose F Santos. 2008. Regional-Based Business Strategies : a Portuguese Case Study. *EuroMed Journal of Business*, 3(3):320-334. <http://doi.org/10.1108/14502190810906464> diakses tanggal 1 April 2019.
- Riyanto, Bambang. 1999. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Riyanto, Bambang. 1997. *Katalog Batik Indonesia*. Yogyakarta: Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Kerajinan dan Batik.
- Robinson, Pearce. 2000. *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian: Jilid 1*. Jakarta: Binrupa Aksara.
- Rukmorini, Regina. 2012. Keindahan Batik Tembakau. *Dalam Kompas.com*. 1 September.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Soeharno. 2007. *Teori Mikroekonomi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sriyadi. 1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP PRESS.
- Sugiarto dkk. 2007. *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Elfabeta.
- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan (Problematika dan Pendekatan)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syukriah, Ana dan Imam Hamdani. 2013. Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui *Comparative Advantage* Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung. *EDAJ: Economics Development Analysis Journal* 2(2):110-119. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj> diakses tanggal 13 Februari 2019.
- Tambunan, Tulus. T.H. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Teguh, M. 2010. *Ekonomi Industri*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Wiyadi. 2015. Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis* 13(1):77-92. <http://jurnal.uin.ac.id/index.php/JSB/article/view/2015/1769> diakses pada 14 Desember 2019 pukul 15.30 WIB.
- www.pertanian.go.id/home/?show=page&act=view&id=61 diakses pada 16 Desember 2019 pukul 10.30 WIB.
- <https://youtu.be/HqYIV7VWNqw> diakses tanggal 9 Oktober 2019 pukul 21.00 WIB.