STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI DAN PEMASARAN USAHA BATIK TULIS PUSAKA BERUANG DI LASEM KABUPATEN REMBANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

LENI NURITA

7101413358

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk dilaksanakan pada Sidang Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Hari : Senin

Tanggal : 20 Januari 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si

NIP. 198201302009121005

Pembimbing

Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd

NIP. 198005182015042001

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 1

Kusumantoro, S.Pd., M.Si.
NIP. 197805052005011001

Penguji 2

Inaya Sari Melati, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198912182015042003

Penguji 3

Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005182015042001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Peneliti yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Leni Nurita

NIM : 7101413358

Jurusan : Pendidikan Ekonomi Koperasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

Judul : Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang.

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

Semarang, 20 Januari 2020

Leni Nurita
NIM. 7101413358

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Banyak hal yang bisa menjatuhkanmu. Tapi satu-satunya hal yang benar-benar dapat menjatuhkanmu adalah sikapmu sendiri. (R.A. Kartini)

PERSEMBAHAN

Almamater Universitas Negeri Semarang

PRAKATA

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang". Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, saran, dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi strata satu di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, M.B.A, Ph.D Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan penelitian.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd, M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Indri Murniawaty, S.Pd, M.Pd. Dosen Pembimbing yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini, memberikan bimbingan arahan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Susy chandrayani, S.Sos, M.Si., Kepala Bidang Perindustrian di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Rembang yang telah memberikan ijin penelitian dan membantu terlaksananya penelitian ini.
6. Bapak Santoso Hartono pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang yang telah memberikan ijin pengambilan data penelitian ini pada usahanya.
7. Kedua Orangtuaku Bapak Rochmad dan Ibu Ngarsih, yang telah merawat serta menyayangiku dari sebelum aku lahir hingga sekarang.
8. Adikku Indah Dwi Rahmawati yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang terus mengalir.
9. Semua sahabat dan teman yang membantu penelitian ini serta teman seperjuangan Pendidikan Koperasi 2013 dan 2014 yang telah memberikan dukungan.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semarang, 20 Januari 2020

Penulis

SARI

Nurita, Leni, 2020. *Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang*. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Batik Tulis Lasem, SWOT, Matriks IE

Industri kecil mempunyai peranan yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sektor industri yang terkenal di Kabupaten Rembang adalah industri pembuatan batik tulis lasem. Batik tulis Pusaka Beruang adalah salah satu usaha pembuatan batik tulis di Lasem Kabupaten Rembang. Masalah dalam penelitian ini adalah jumlah produksi yang dihasilkan tidak sebanding dengan banyaknya karyawan yang dimiliki.

Fokus penelitian ditujukan pada kondisi strategi pengembangan produksi dan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada usaha batik tulis Pusaka Beruang. Penentuan lokasi dilakukan dengan sengaja (*purposive*), yaitu di usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matrik SWOT, dan matriks IE.

Berdasarkan identifikasi kondisi internal dan eksternal produksi pada usaha Batik Tulis Pusaka Beruang, dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama terletak pada SDM yang terampil dan berpengalaman, kelemahan utama terletak pada cuaca yang mempengaruhi proses produksi, dan peluang utama yaitu adanya relasi dengan pemasok bahan baku serta ancaman utama berupa teknologi produksi masih sederhana. Berdasarkan identifikasi kondisi internal dan eksternal pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang, dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama terletak pada lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau pembeli, kelemahan utama yaitu pemasaran online kurang optimal dan hanya memiliki 1 cabang dan peluang utama yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memakai batik serta ancaman utama berupa persaingan usaha batik tulis tinggi. Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT yaitu dengan (a) Memperluas pasar dengan melakukan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend; (b) Memperluas pasar dengan membuka cabang di sekitar lokasi wisata Rembang dan luar kota Rembang; (c) Meningkatkan promosi secara online (pembuatan website) dan offline (pemberian diskon, kartu member maupun pembayaran bertempo); dan (d) Mempertahankan kualitas produk dengan harga yang sesuai pangsa pasar. Perumusan alternatif strategi produksi dan pemasaran berdasarkan matriks IE didapatkan strategi utama yaitu strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal. Strategi yang bisa dilakukan pada kuadran ini adalah dengan memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa.

ABSTRACT

Nurita, Leni, 2020. *The Development Strategy of Production and Marketing Batik Tulis Pusaka Beruang Business in Lasem, Rembang District. Final Project*. Majoring in Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor: Indri Murniawaty, S.Pd. M.Pd.

Keywords: Business Development, *Batik Tulis* Lasem, SWOT, IE Matrix

Small industry had important role in labor recruitment, distribution income, and rising people's welfare. One of the famous industrial sectors in Rembang District is the manufacture industry of *Batik Tulis* Lasem. In Lasem Rembang District, *Batik Tulis Pusaka Beruang* known as one of the industry. The problem of this research is the quantity of production is not equal to the number of employees owned.

This research focused at the condition of production and marketing development's strategy to be applied in the business of *batik tulis Pusaka Beruang*. The location determination is purposively, in the *batik tulis Pusaka Beruang's* industry in Lasem Rembang District. The data analyzed is using SWOT and IE matrix.

Based on the identification of internal and external production in *Batik Tulis Pusaka Beruang's*, it can be concluded that the main strength is the skilled and experienced human resources, then the main weakness is the weather that impact production process, the main opportunity is relation with the raw material suppliers, the main threat of production technology is still traditional. According to the identification of internal and external condition in *Batik Tulis Pusaka Beruang's* marketing, it can be concluded that the main strength is the strategic and easy to reach the buyer, the main weakness is less optimal of online marketing and it only have one branch industry, the main opportunity is increase public awareness to wear batik, also the main threat is the high competition of *Batik Tulis* Business. Formulation of alternative strategies used SWOT matrix is to (a) Expand the market by innovations the design, motifs, pattern and fashion trends in *batik*; (b) Expand the market by opening another branch around tourist sites of Rembang and outside the city; (c) Increase online promotion (website creation) and offline promotion (giving cashback, member card and due payment); and (d) Maintain the products quality at the prices of market share. The formulation of an alternative production and marketing strategy based on IE Matrix acquired the main strategy is growth strategy through horizontal integration. The strategy that can be done on this quadrant is to expand the company by building in other locations, and enhancing the type of products and services.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KELULUSAN iii
PERNYATAAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
PRAKATA vi
SARI viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 10
1.3 Rumusan Masalah 10
1.4 Tujuan Masalah 10
1.5 Kegunaan Penelitian 11
1.6 Orisinalitas Penelitian 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA 14
2.1 Konsep Strategi 14
2.2 Tipe-Tipe Strategi 17
2.3 Konsep Manajemen Startegis 17
2.4 Tahapan Manajemen Strategis 19
2.5 Faktor Internal dan Eksteral Perusahaan 21
2.5.1 Lingkungan Internal Perusahaan 21
2.5.2 Lingkungan Eksternal Perusahaan 22

2.6 Usaha Kecil 25
2.6.1 Pengertian Usaha Kecil 25
2.6.2 Bentuk dan Jenis Usaha Kecil 27
2.6.3 Karakteristik Usaha Kecil 28
2.6.4 Keunggulan dan Kelemahan Usaha 29
2.7 Batik 31
2.8 Teori Produksi 33
2.9 Pemasaran 35
2.10 Kerangka Teoritis 37
2.11 Kerangka Berpikir 41
BAB III METODE PENELITIAN 42
3.1 Pendekatan dan Desain Penilitian 42
3.2 Fokus dan Lokus Penelitian 43
3.3 Sumber Data Penelitian 44
3.4 Teknik Pengumpulan Data 44
3.4.1 Observasi 44
3.4.2 Wawancara 44
3.4.3 Pengisian Kuesioner 45
3.4.4 Dokumentasi 46
3.5 Teknik Keabsahan Data 46
3.6 Teknik Analisis Data 48
3.6.1 Reduksi /Data (*Data Reduction*) 48
3.6.2 Penyajian Data (*Data Display*) 50
3.6.3 Verifikasi/*Conclusion Drawing* dan Penarikan Kesimpulam .. 50
3.7 Analisis SWOT 51
3.7.1 Penentuan Alternatif Strategi 59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 60
4.1 Gambaran Umum Usaha Baik Tulis Pusaka Beruang 61
4.2 Status Kepemilikan Batik Tulis Pusaka Beruang 61

4.3 Startegi Pengembangan Produksi 62
4.3.1 Proses Produksi 62
4.3.2 Faktor-Faktor Produksi 64
4.3.3 Stategi Produk 70
4.4 Staretegi Pengembangan Pemasara 70
4.5 Analisis SWOT Produksi 71
4.5.1 Identififkasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang 71
4.5.2 Aspek Internal Produksi (Matrik IFAS) 72
4.5.3 Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang 74
4.5.4 Aspek Ekternal Produksi (Matrik IFAS) 75
4.5.5 Strategi Pengembangan Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang 76
4.6 Analisi SWOT Pemasaran 85
4.6.1 Identifikasi Faktor Internal (Peluang dan Kelemahan) Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang 86
4.6.2 Aspek Internal Pemasaran 85
4.6.3 Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang 88
4.6.4 Aspek Eksternal Pemasaran 88
4.6.5 Staretegi Pengembangan Pemaaran Batik Tulis Pusaka Beruang ... 90
BAB V PENUTUP 98
5.1 Simpulan 98
5.2 Saran 100
DAFTAR PUSTAKA 101
LAMPIRAN 103

DAFTAR TABEL

Tabel halaman

1.1 PDRB Kab Rembang Atas dasar Harga Konstant 2010 tahun 2015-2017 4
1.2 Data Pemilik Usaha Batik di Kabupaten Rembang 6
1.3 Laporan Keuangan Batik Tulis Pusaka Beruang 2016-2017 7
3.1 Faktor Strategi Eksternal (EFAS) 53
3.2 Faktor Strategi Internal (IFAS) 54
3.3 Alternatif Pengembangan SWOT dengan menggunakan Matrik.....57
4.1 Analisis Matrik IFAS Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang 73
4.2 Analisis Matrik EFAS Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang 76
4.3 Analisis SWOT Produksi 80
4.4 Analisis Matrik IFAS Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang 87
4.5 Analisis Matrik EFAS Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang 89
4.6 Analisis SWOT Pemasaran 93

DAFTAR GAMBAR

Gambar halaman

2.1 Kerangka Berpikir 41
3.1 Triangulasi Data 47
3.2 Internal-Eksternal Matriks 57
4.1 Matriks Internal-Eksternal Produksi 77
4.3 Matriks Internal-Eksternal Pemasaran 91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran halaman

1 Pedoman Wawancara 104
2 Lembar Kuesioner Penelitian 118
3 Hasil Perhitungan Analisis SWOT 124
4 Data Penjualan Batik 133
5 Data Pemilik Usaha Batik 136
6 Dokumentasi Penelitian 139
7 Surat Ijin Penelitian 141

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi pada setiap negara pasti memiliki orientasi yang berbeda-beda yang tentunya disesuaikan dengan kebutuhan negara itu sendiri. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, pembangunan ekonomi biasanya berkonsentrasi dan berorientasi pada penciptaan lapangan pekerjaan.

Berbagai upaya dilakukan untuk menciptakan lapangan pekerjaan supaya terjadi pemerataan pendapatan dan bisa menekan angka pengangguran. Pencarian solusi untuk keluar dari masalah-masalah kesejahteraan sosial tersebut juga sangat penting di negara berkembang. Sektor usaha selama ini dianggap sebagai sektor yang penting untuk bisa menjadi solusi pemecah masalah tersebut. Usaha mikro, kecil, dan menengah dirasa perlu untuk terus dirangsang dan diberdayakan agar bisa menjadi usaha yang mandiri dan berkembang.

UMKM memang memiliki peran yang cukup penting dalam perekonomian, karena UMKM mampu menjadi pemulih perekonomian serta mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Hal ini juga dikuatkan oleh Kementrian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia (2005) bahwa peran UMKM dalam perekonomian, yaitu: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor; (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar; (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan

masyarakat; (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Sejalan dengan mulai diberlakukannya pasar bebas Asia Tenggara pada tahun 2015 persaingan perekonomian semakin ketat, permasalahan baru yang dihadapi kedepannya adalah masuknya barang/ komoditas impor yang sejenis dengan produk lokal. Masuknya komoditas impor yang sejenis tentunya akan mengancam usaha dalam negeri, karena tingkat harga yang ditetapkan oleh komoditas impor cenderung lebih rendah dari produk lokal. Produk dalam negeri harus mampu bersaing dengan produk dari luar dan dapat menjadi produk unggulan sehingga dapat diekspor ke luar negeri.

Potensi sumber daya terbesar adalah potensi sumber daya ekonomi, salah satunya adalah kontribusi dari perekonomian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Novandari, 2013). Pengembangan UMKM menjadi prioritas dalam suatu negara karena usaha mikro, kecil dan menengah dapat mengatasi masalah kesenjangan sosial antar golongan pelaku usaha yang berbeda pendapatannya dan mampu memperluas basis ekonomi. UMKM hampir mendominasi pertumbuhan perekonomian dalam negeri dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. UMKM sendiri memiliki lokasi diberbagai tempat termasuk daerah-daerah yang jauh dari jangkauan perkembangan zaman, berbeda dengan lokasi perusahaan-perusahaan besar yang biasanya berada ditempat ramai atau di pusat kota. Keberadaan UMKM di daerah-daerah mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar sehingga masyarakat tak perlu berbondong-bondong ke kota untuk memperoleh kehidupan yang layak.

Kuatnya arus perdagangan bebas membuat persaingan dalam dunia bisnis menjadi sangat ketat. Banyaknya kompetitor yang masuk dari segala penjuru baik domestik, regional maupun global. Dilihat dari besarnya peran UMKM sendiri, para pelaku UMKM tidak bisa dianggap enteng. Pangsa pasar UMKM tidak hanya skala nasional saja namun sudah dapat menembus pasar internasional. Persaingan perdagangan semakin terbuka sejak adanya pasar bebas Asia Tenggara, hal tersebut memberikan kesempatan pada pelaku UMKM untuk mengembangkan produknya sehingga dapat bersaing di pasar internasional. Dan sebaliknya apabila pelaku UMKM tidak dapat mengembangkan produknya, ini akan menjadi mimpi buruk bagi usahanya. Ketergantungan Indonesia akan barang impor harus mulai dikurangi dengan cara mencintai produk lokal, sehingga produk yang berasal dari UMKM mampu bersaing dengan produk luar dan dapat menjadi produk unggulan.

Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran (Rahmana, 2009). Meskipun peranannya cukup signifikan namun UMKM sendiri belum berkembang secara maksimal.

Kabupaten Rembang memiliki beberapa lapangan usaha yang berperan penting dalam menyumbang PDRB.

Tabel 1.1
PDRB Kabupaten Rembang Atas Dasar Harga Konstant 2010 Menurut Lapangan Usaha, 2015-2017 (Juta Rp)

Lapangan Usaha	2015	2016	2017
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3.117.527,80	3.168.229,36	3.290.989,85
B. Pertambangan & Penggalian	323.291,63	343.653,90	415.258,93
C. Industri Pengolahan	2.307.391,43	2.488.767,34	2.646.597,21
D. Pengadaan Listrik dan Gas	9.434,85	10.073,49	10.785,29
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah& Daur Ulang	5.640,84	5.809,15	6.024,43
F. Konstruksi	824.642,21	886.134,34	952.802,86
G. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	1.464.601,23	1.541.934,41	1.643.010,86
H. Transportasi &Pergudangan	443.036,47	467.117,18	495.336,15
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	356.833,89	376.930,99	399.907,68
J. Informasi dan Komunikasi	155.940,86	168.123,59	182.655,76
K. Jasa Keuangan & Asuransi	425.297,66	454.103,43	473.217,02
L. Real Estate	112.044,16	118.520,31	124.500,64
M, N. Jasa Perusahaan	30.679,79	33.723,93	36.484,32
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	410.088,03	421.480,84	437.549,12
P. Jasa Pendidikan	520.048,58	559.128,80	603.075,53
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	129.087,85	141.779,71	153.344,22
R,S,T,U. Jasa Lainnya	214.681,91	232.497,97	251.928,97
PDRB	**10.850.269,20**	**11.416.426,38**	**12.123.231,49**

Sumber: BPS Kabupaten Rembang, 2018

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa sektor industri pengolahan merupakan sektor penyumbang PDRB terbanyak setelah sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan. Salah satu yang termasuk dalam sektor industri pengolahan yaitu

industri pengolahan batik. Dimana batik termasuk menjadi produk unggulan di Kabupaten Rembang.

Salah satu sub sektor yang cukup berkembang dan berpotensi dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan di Indonesia khususnya di Jawa Tengah adalah sektor usaha batik. Pada tanggal 2 Oktober 2009 *United Nation Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO)* telah menetapkan batik sebagai produk warisan kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity),* dan setelah penetapan tersebut kini batik semakin berkembang (Ramadini dan Nasution, 2016). Daerah-daerah di Jawa Tengah memiliki motif batik yang berbeda-beda, salah satunya adalah batik tulis Lasem dari kabupaten Rembang.

Batik tulis Lasem motifnya berbeda dengan daerah lain di pesisiran. Motif batik tulis Lasem mempunyai ciri khas warna yang mencolok, gaya perpaduan yang selaras antara gaya China dengan Jawa. Batik ini merupakan perpaduan dan hasil akulturasi dua budaya. Motif-motif hewan seperti naga dan ikan atau binatang lainnya muncul dalam batik Lasem. Motif-motif ini kemudian dipadukan dengan arsiran motif batik tumbuh-tumbuhan Jawa. Ini yang seringkali menjadi penanda kekhasan batik tulis Lasem. Selain itu, warna dari batik tulis Lasem, cenderung didominasi warna merah yang kental dengan nuansa China. Motif batik tulis Lasem meliputi gringsing/gunung, ringgit/sisik, sekar jagad, latohan/dapur umum, parang menag/parang rusak, sido mukti, abang biru (bang biru), tiga negeri, empat negeri, kawong, pasiran, es teh, tumpal main, tumpal lereng, latar lereng, latar ireng, kricak/watu pecah dan lainnya. Di kabupaten Rembang sendiri terdapat 77 pemilik

usaha batik yang memproduksi dan menjual berbagai macam jenis batik dengan motif batik yang bervariasi. Berikut adalah tiga data pemilik usaha batik dengan jumlah produksi terbanyak di kabupaten Rembang yang dapat dilihat pada tabel 1.2:

Tabel 1.2
Data Pemilik Usaha Batik di Kabupaten Rembang Tahun 2014

NO	NAMA PENGUSAHA / PERAJIN	ALAMAT	MERK DAGANG	JUMLAH PRODUKSI (potong/ bulan)	TENAGA KERJA
1	SANTOSA HARTONO	Ds.Sumber Girang Lasem	PUSAKA BERUANG	3500	954
2	RIFA'I	Ds.Pohlandak Pancur	GUNUNG BUGEL ART	3000	500
3	MA'SHUM	Ds.Sumber Girang Lasem	DAMPO AWANG ART	1500	250

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Rembang (data diolah)

Pada Tabel 1.2 menunjukkan tiga usaha batik dengan jumlah produksi terbanyak yang ada di Kabupaten Rembang. Salah satu usaha kecil batik yang potensial adalah batik tulis Lasem Pusaka Beruang milik bapak Santosa Hartono yang berada di desa sumber girang Lasem. Usaha kecil ini cukup potensial karena memiliki keunggulan seperti jumlah produksi dan tenaga kerjanya yang tidak sedikit yaitu mencapai 3500 potong/bulan dengan jumah tenaga kerja 954 orang. Dibandingkan dengan batik Gunung Bugel Art yang memproduksi 3000 potong/bulan dan batik Dampo Awang Art yang memproduksi 1500 potong/bulan batik Pusaka Beruang masih memimpin dengan jumlah produksi terbanyak dari usaha sejenis lainnya. Dari jumlah tenaga kerja yang mencapai 954 orang diantaranya ada beberapa tuna wicara yang dipekerjakan di batik Pusaka Beruang ini. Salah satu alasan kenapa pemilik usaha batik Pusaka Beruang mempekerjakan

tuna wicara ini adalah untuk kemanusiaan, karena sekarang ini banyak pengusaha yang tidak mau menerima tuna wicara bekerja di tempat usahanya karena keterbatasannya. Selain itu pemilik usaha batik Pusaka Beruang juga berharap tuna wicara yang bekerja ditempatnya bisa mengembangkan keahliannya dan menjadi tenaga kerja professional meskipun dalam keterbatasan.

Setelah melakukan wawancara pada tanggal 27 Agustus 2019 dengan bapak Santosa Hartono sebagai pemilik dari batik tulis Pusaka Beruang, perkembangan usaha batik tulis yang dirintis sejak 13 maret 2005 ini terus mengalami peningkatan dan perkembangan yang semakin baik. Apabila dilihat dari segi penjualan, penjualan produk dari usaha kecil ini terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berikut adalah tabel laporan keuangan batik tulis Pusaka Beruang tahun 2016-2018:

Tabel 1.3
Laporan Keuangan Batik Tulis Pusaka Beruang
Tahun 2016-2018

Laporan Keuangan	2016	2017	2018
Penjualan	**3.600.000.000**	**4.772.969.000**	**5.284.704.800**
Bahan baku	900.000.000	1.193.242.250	1.321.176.200
Biaya lain-lain	2.476.200.000	3.372.848.079	3.634.819.962
Laba bersih	223.800.000	296.878.672	328.708.639

Sumber: Pusaka Beruang, 2019 (data diolah)

Pada Tabel 1.3 menunjukkan penjualan batik tulis Pusaka Beruang dari tahun 2016-2018 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 penjualan produk sebesar Rp. 3.600.000.000 dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar Rp. 4.772.969.000. Begitu pula pada tahun 2018 terus mengalami peningkatan sebesar Rp. 5.284.704.800. Dengan meningkatnya penjualan setiap tahun, berarti

permintaan akan produk tersebut semakin tinggi. Dapat dikatakan bahwa produk dari usaha batik tulis ini memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan.

Usaha kecil ini memiliki potensi untuk dikembangkan karena: (1) usaha kecil ini mendapat dukungan dari pemerintah karena batik adalah salah satu warisan budaya yang harus dilestarikan keberadaannya, bentuk dari dukungan pemerintah sendiri antara lain bantuan modal untuk para pengusaha batik, diadakan program pelatihan usaha untuk pelaku usaha, dan diselenggarakan pameran untuk mempromosikan hasil karya dalam negeri agar dapat dikenal oleh seluruh masyarakat; (2) peminat batik tulis lasem tidak hanya di daerah-daerah saja, banyak pembeli dari luar kota bahkan luar provinsi yang memborong batik tulis lasem, biasanya mereka membeli dalam jumlah banyak untuk keperluan dalam pembuatan seragam kantor; (3) kualitas produk yang dihasilkan cukup bagus karena masih menggunakan bahan alami dan pembuatannyapun masih tradisional melewati proses satu per satu dari tangan pembuatnya; serta (4) banyaknya pemasok bahan baku. Dengan potensi yang dimilikinya, maka dapat dimanfaatkan oleh usaha kecil ini untuk mengembangkan usahanya.

Selain potensi dan peluang yang dimiliki untuk mengembangkan usaha, batik tulis Puasaka Beruang juga dihadapkan pada beberapa kendala baik dari lingkungan ekternal maupun internal. Adapun kendala dalam lingkungan eksternal, adanya peluang pasar yang besar menyebabkan banyak bermunculan usaha-usaha sejenis yang memproduksi batik, pesaing batik tulis Lasem saat ini bukan hanya dari dalam negeri saja, namun sudah dengan produk batik luar negeri, yaitu mulai masuknya produk batik *printing* dari China, Jepang, dan Korea. Kondisi tersebut

berpotensi menciptakan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Persaingan yang terjadi diantaranya adalah perebutan daerah pemasaran karena pasar yang dituju relatif sama, persaingan produk serta harga jual. Selain persaingan usaha sejenis, faktor ekonomi juga berpengaruh terhadap harga bahan baku yang akan naik turun sehingga dapat mengganggu proses produksi.

Adapun kendala dalam lingkungan internal, tenaga kerja masih dibebaskan untuk membawa pulang pekerjaannya sehingga kurang maksimal dalam pengerjaan dan pengawasan, selain itu juga rawan pencurian ide motif batik apabila pekerjaan membatik di bawa pulang karena mereka para pekerja bisa saja mengambil pekerjaan lain di usaha yang sejenis. Kurang optimalnya pengoperasian pemasaran secara online dan kurangnya keikut sertaan dalam pameran yang di adakan oleh pemerintah. Selain itu pembukuan keuangan yang ada masih sederhana.

Melihat kondisi tersebut maka perlu perencanaan strategi pengembangan usaha batik tulis yang sesuai, yaitu strategi yang dirumuskan secara tepat dengan memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan, serta mengambil peluang dan menghindari ancaman. Untuk merumuskan strategi yang tepat, diperlukan proses analisis internal dan eksternal untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkaitan dengan pengembangan usaha batik tulis Pusaka Beruang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti termotivasi untuk meneliti tentang "**Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang"**

1.2 Cakupan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini mencakup pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang dalam membuat produk belum mempunyai Strategi Produksi dan Strategi Pemasaran yang tepat sebagai cara meningkatkan hasil produksi, inovasi produk dan pengelolaan usaha untuk menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan pemasaran dan mengembangkan usaha dimasa yang akan datang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan cakupan masalah dalam penelitian ini, maka pertanyaan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana strategi pengembangan produksi yang dilakukan oleh pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem kabupaten Rembang?
2. Bagaimana strategi pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem kabupaten Rembang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan langkah yang tepat untuk mengembangkan produksi usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem kabupaten Rembang.
2. Merumuskan langkah yang tepat untuk memasarkan produk batik tulis Pusaka Beruang di Lasem kabupaten Rembang.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis
    a. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca khususnya mengenai pengetahuan dalam bidang pengembangan usaha batik
    b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan bagi penelitian selanjutnya
2) Manfaat Praktis
    a. Bagi pemilik usaha batik tulis Lasem dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan tentang strategi pengembangan yang tepat agar masalah yang dihadapi dapat teratasi
    b. Sebagai tambahan informasi dan bahan kajian tentang strategi pengembangan usaha batik di kabupaten Rembang.

1.6 Orisinalitas Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan dan menganalisis beberapa hal mengenai faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman, serta merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha batik tulis lasem Pusaka Beruang di Lasem kabupaten Rembang. Orisinalitas yaitu kebaruan dari penelitian yang dilakukan dengan membandingkan penelitan sebelumnya.

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini dilakukan oleh Istianah dan Rusdarti (2018) berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik di Kota Pekalongan” dengan metode analisis

yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan análisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM batik di Kelurahan Kradenan memiliki kekuatan yaitu batik memiliki nilai kreatifitas tinggi dan nilai seni tinggi. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah harga bahan baku yang tidak stabil. Peluang yang dimiliki adalah promosi dan peluang pasar masih terbuka. Sedangkan ancaman yang dimiliki adalah harga bahan baku cenderung naik mengikuti dolar. Strategi pengembangan yang bisa diterapkan oleh UMKM batik di Kelurahan Kradenan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal, artinya strategi yang diterapkan lebih defensive yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh banyaknya pesaing dari berbagai daerah di Pekalongan dan munculnya berbagai UMKM batik baru dengan berbagai inovasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Istianah yaitu pada salah satu metode yang dilakukan yaitu metode SWOT, sedangkan perbedaannya adalah variabel internal penelitian, waktu penelitian dan obyek penelitian.

Penelitian selanjutnya yang menjadi rujukan dalam penelitian ini dilakukan oleh Jaya Parlindungan Sihombing (2015) dengan judul "Analisis SWOT Pada Industri Batik Griya Batik Mas Pekalongan" menunjukan bahwa kondisi SDM kurang baik, karena berlatar belakang pendidikan SMP. Kondisi jumlah bahan baku dalam kondisi terbatas dan harga selalu naik. Kondisi teknologi dalam kondisi yang kurang baik. Kondisi Pemasaran dalam kondisi cukup baik. Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha Griya Batik Mas dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang disebabkan

banyaknya pesaing dari berbagai daerah di Pekalongan dan munculnya berbagai batik baru dengan berbagai inovasi. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik analisis SWOT. Hal yang membedakan dalam penelitian ini adalah menggunakan ruang lingkup strategi dalam pengembangan usaha pada salah satu usaha batik tulis di Lasem yaitu usaha batik tulis Pusaka Beruang sedangkan pada jurnal ini meneliti salah satu industri batik yang ada di Kampung Batik Kauman Pekalongan yaitu bernama Griya Batik Mas Pekalongan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Terdapat definisi strategi dari berbagai pakar dalam Rangkuti (2014) adalah sebagai berikut :

1. Chandler (1962): Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
2. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965): Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.
3. Argyris (1985), Mintzberg (1979), Steiner dan Miner (1977): Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.
4. Porter (1985): Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
5. Andrews (1980), Chaffe (1985): Strategi adalah kekuatan motivasi untuk *stakeholders* seperti *debtholders*, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayaguaan dan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang bersangkutan sangat menetukan suksesnya strategi apa yang akan disusun. Konsep-konsep tersebut adalah:

1. *Distinctive Competence*: Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing. *Distinctive Competence* menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. (Rangkuti, 2014:5)
1. *Competitive Advantage*: Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter dalam Rangkuti (2014:6), ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu :
    a. Keunggulan Biaya Menyeluruh (*Cost Leadership*)

       Cirinya ialah perusahaan lebih memperhitungkan pesaing daripada pelanggan dengan cara memfokuskan harga jual produk yang murah, sehingga biaya produksi, promosi maupun riset dapat ditekan, bila perlu produk yang dihasilkan hanya sekedar meniru produk dari perusahaan lain. (Porter dalam Umar, 2003)

    b. Diferensiasi

       Cirinya ialah bahwa perusahaan mengambil keputusan untuk membangun persepsi pasar potensial terhadap suatu produk/jasa yang unggul agar tampak berbeda dengan produk yang lain. Dengan demikian, diharapkan

calon konsumen mau membeli dengan harga mahal karena adanya perbedaan itu. (Porter dalam Umar, 2003)

c. Fokus

Cirinya ialah perusahaan mengkonsentrasikan pada pangsa pasar yang kecil untuk menghindar dari pesaing dengan menggunakan strategi Kepemimpinan Biaya Menyeluruh atau Diferensiasi. (Porter dalam Umar, 2003)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang damai. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler (2009:56) bahwa strategi adalah permainan yang direncanakan oleh suatu unit bisnis untuk mencapai tujuannya. Kotler juga menyebutkan bahwa suatu bisnis harus merancang sebuah strategi untuk mencapai tujuan, yang terdiri dari strategi pemasaran, teknologi dan strategi pengadaan yang kompatibel.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu alat yang telah direncanakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan menganalisis lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yang menjadi ancaman dan peluang. Strategi yang baik adalah strategi yang mampu untuk menetralisir ancaman dan mampu untuk merebut peluang dengan memanfaatkan kekuatan dan memperbaiki kelemahan yang ada.

2.2 Tipe-Tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2014: 7), Strategi dapat dikelompokan menjadi tiga tipe strategi yaitu:

a. Strategi manajemen

   Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

b. Strategi investasi

   Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

c. Strategi bisnis

   Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.3 Konsep Manajemen Strategis

Menurut Rangkuti (2002:104) mendefinisikan perencanaan strategi sebagai kegiatan intelektual untuk memformulasikan kegiatan-kegiatan yang bersifat strategis, sehingga dengan kondisi atau informasi yang diperoleh dari suatu kasus,

tindakan manajemen yang tepat dan sesuai. Menurut David (2006:5) mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni dan ilmu pengetahuan untuk memformulasikan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Berdasarkan definisi tersebut, manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Tujuan dari manajemen strategis menurut David (2006:6) adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang; perencanaan jangka panjang, sebaliknya, mencoba untuk mengopimalkan tren sekarang untuk masa mendatang. Manajemen strategis juga menyediakan sasaran dan arah yang jelas bagi masa depan perusahaan, sehingga perusahaan yang mengembangkan sistem manajemen strategis mempunyai tingkat keberhasilan lebih besar dari pada yang tidak menggunakan.

Dari beberapa pengertian diatas bahwa manajemen strategi adalah bentuk suatu usaha yang memiliki sumber daya yang berorientasi ke masa depan, beinteraksi secara efektif sehingga dapat mencapai tujuan. Sebagai bentuk suatu usaha, industri juga membutuhkan manajemen strategi karena dapat dijadikan sebagai pedoman untuk mengalokasi sumber daya untuk mencapai tujuannya.

2.4 Tahapan Manajemen Strategis

Strategi pengembangan usaha untuk mencapai tingkat kompetisi maksimal dibutuhkan manajemen strategi, menurut David (2006:5) Manajemen strategi diartikan sebagai ilmu atau seni yang digunakan untuk merumuskan, menerapkan dan mengevaluasi keputusan di dalam organisasi agar dapat mencapai tujuan. Adapun tujuan dari manajemen strategis yaitu mengoptimalkan dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang. David (2006:6) menjelaskan bahwa proses manajemen strategi meliputi tiga tahap yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.

1. Formulasi strategi

   Formulasi strategi mencakup bisnis apa yang akan dimasuki, bisnis apa yang harus ditinggalkan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, apakah harus melalukan ekspansi atau diversifikasi bisnis, apakah harus memasuki pasar internasional, merger atau membentuk *join venture* dan bagaimana menghindari pengambilan secara paksa. Untuk kondisi baik dan buruk, keputusan strategi memiliki konsekuensi diberbagai bagian fungsional dan efek jangka panjang terhadap organisasi. Manajer tingkat atas memiliki sudut pandang terbaik dalam mengerti secara penuh pengaruh keputusan

formulasi strategis; mereka memiliki wewenang untuk menempatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk implementasi.

2. Implementasi strategi

   Implementasi strategi sering disebut juga tahap pelaksanaan dalam manajemen strategis. Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Strategi yang telah diformulasikan tetapi tidak diimplementasikan tidak memiliki arti apapun.

3. Evaluasi strategi

   Evaluasi strategi merupakan tahap final atau tahap akhir. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa mendatang, karena faktor internal dan faktor eksternal secara konstan berubah. Tiga aktivitas dasar evaluasi strategi adalah (1) meninjau ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar bagi strategi saat ini; (2) mengukur kinerja; serta (3) mengambil tindakan korektif.

Dalam penelitian ini penulis membatasi dalam pengkajian proses manajemen strategis. Berdasarkan tujuan penelitian, yang dikaji lebih dalam adalah dalam tahap formulasi strategi yang meliputi proses analisis faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan, merumuskan dan memilih strategi.

2.5 Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Menurut David (2015 : 60), identifikasi faktor internal suatu perusahaan terdiri atas aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek produksi dan operasi, aspek penelitian dan pengembangan, dan aspek analisis rantai nilai. Sedangkan lingkungan eksternal dibagi menjadi dua kategori yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri (Husein Umar, 2003).

2.5.1 Lingkungan Internal Perusahaan

a) Aspek keuangan

   Aspek keuangan meliputi kemampuan mendapatkan modal jangka pendek, kemampuan mendapatkan modal jangka panjang, hubungan dengan pemilik dan pemegang saham, daya angkut, biaya masuk industry dan hambatannya rasio harga terhadap keuntungan saham, pengendalian biaya efektif, dan kemampuan menekan biaya.

b) Aspek Pemasaran

   Aspek Pemasaran meliputi analisis pelanggan, menjual produk dan jasa, perencanaan produk dan jasa, harga, distribusi, penelitian pasar, dan analisis kesempatan.

c) Aspek produksi dan operasi

   Fungsi produksi dan operasi dalam bisnis terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi dan operasi terkait dengan input, perubahan, dan keluaran yang bervariasi antar industry dan pasar.

d) Aspek penelitian dan pengembangan

Aspek penelitian dan pengembangan penting bagi perusahaan yang sedang mengembangkan produknya. Banyak perusahaan yang tidak melakukan penelitian dan pengembangan dan banyak juga perusahaan tergantung pada kesuksesan penelitian dan pengembangan agar dapat bertahan. Misi dari penelitian dan pengembangan itu sendiri adalah untuk membantu bisnis yang sudah ada, membantu meluncurkan bisnis baru, meningkatkan mutu produk, memperbaiki efisiensi proses manufaktur dan memperdalam serta memperluas kemampuan teknologi perusahaan.

e) Aspek analisis rantai nilai

Aspek analisis rantai nilai mengacu pada proses dimana perusahaan menentukan biaya yang terkait dengan aktivitas organisasi, dari pembeli bahan baku, pembuatan produk, hingga pemasaran produk tersebut. Aspek analisis rantai nilai bertujuan untuk mengidentifikasi dimana keuntungan atau kerugian berbiaya rendah terjadi dimanapun di sepanjang rantai nilai, dari bahan baku ke aktivitas pelayanan. Aspek analisis rantai nilai memungkinkan perusahaan untuk lebih baik dalam mengidentifikasi kelemahan dan kekuatannya, khususnya dibandingkan dengan analisis rantai nilai pesaing dan data mereka sendiri yang diuji dari tahun ke tahun.

2.5.2 Lingkungan Eksternal Perusahaan

Lingkungan eksternal perusahaan dibagi menjadi dua kategori yaitu lingkungan jauh perusahaan yang terdiri dari :

a) Faktor Ekonomi

Kondisi ekonomi suatu daerah atau negara dapat mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Faktor-faktornya antara lain adalah tingkat inflasi, suku bunga, surplus atau defisit neraca pembayaran, fluktuasi kurs mata uang, tingkat tabungan nasional, dan produk domestik bruto (PDB).

b) Faktor Sosial Budaya

Kondisi sosial masyarakat yang berubah-ubah secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Aspek sosial budaya meliputi faktor sikap, keyakinan, budaya, suku, ras, dan gaya hidup serta kebiasaan masyarakat sekitar yang berinteraksi dengan perusahaan.

c) Faktor Politik

Arah kebijakan dan stabilitas politik pemerintah menjadi faktor penting bagi perusahaan. Situasi politik yang tidak kondusif akan berdampak negative terhadap dunia usaha. Faktor politik meliputi undang-undang tentang lingkungan, peraturan tentang perdagangan luar negeri, peraturan tentang keamanan dan kesehatan kerja, sistem perpajakan dan sebagainya.

d) Faktor Teknologi

Teknologi dapat membuat perusahaan menjadi lebih efisisen. Faktor teknologi mencakup penemuan-penemuan baru berupa benda (alat,mesin), serta cara pelaksanaan dan metode-metode baru dalam pengerjaan suatu pekerjaan.

Kemudian kategori kedua adalah Lingkungan Industri yang terdiri dari :

a) Tingkat persaingan dalam Industri

Tingkat persaingan diantara pesaing yang ada adalah tingkat persaingan antara para pelaku bisnis dalam bidang yang sama, atau memproduksi yang sama. Hal yang diperebutkan adalah market share dan posisi dalam pasar, penguasaan saluran distribusi, pemasok, serta hal lain yang dapat menciptakan keunggulan dan kepastian market share di segmen pasar yang dituju.

b) Ancaman dari Pendatang baru

Masuknya pendatang baru merupakan ancaman bagi perusahaan yang sudah lebih ada dalam industri. Hal ini juga berpengaruh terhadap laba perusahan yang sudah ada lebih dulu. Tingkat persaingan muncul karena masing-masing perusahaan memperebutkan market share dan positioning di pasar. Untuk merebut market share dan mempertahankan posisi di pasar dapat dilaksanakan persaingan harga, iklan, pengenalan produk, inovasi produk, peningkatan pelayanan.

c) Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Kekuatan Tawar Menawar Pembeli berlaku bagi produk yang pasarnya dikuasai oleh sedikit pembeli. Hal ini dikarenakan posisi tawar pembeli lebih besar dari pada perusahaan. Kekuatan tawar menawar pembeli akan membuat perusahaan mengalami tekanan karena pembeli memiliki kekuatan lebih untuk berpindah ke perusahaan lain jika merasa tidak puas. Posisi pembeli yang kuat dapat menekan harga jual, cara pembayaran, cara

pengiriman. Hal ini mengurangi kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba yang lebih baik.

d) Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok terjadi jika perusahaan memiliki ketergantungan terhadap pemasok tertentu sehingga posisi tawar pemasok lebih tinggi dari pada perusahaan. Pemasok dapat mempengaruhi perusahaan untuk menurunkan harga produk, meningkatkan mutu dan pelayanan.

2.6 Usaha Kecil

2.6.1 Pengertian Usaha Kecil

Berbagai usaha kecil sudah banyak berkembang di Indonesia, karena sektor usaha kecil dirasa dapat menjadi tulang perekonomian bagi masyarakat. Usaha kecil juga mampu menyerap tenaga kerja, karena perannya tersebut maka Pemerintah juga semakin mengoptimalkan. Pengertian tentang Usaha Kecil tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan oleh negara tersebut. Mengenai pengertian atau definisi usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disuatu negara dengan negara lain.

Di Indonesia sendiri, berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) mendefinisikan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang 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 yang dimaksud dalam Undang-Undang

ini. Adapun kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam Undang-Undang pada pasal 6, yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan dan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00.

Menurut Anoraga (2011:50) usaha kecil sebagai konsep mengacu kepada dua aspek. Pertama, aspek perusahaan, yang melakukan aktivitas produktif, mengombinasi faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa, memasarkan dan mencetak keuntungan. Kedua, aspek pengusaha yaitu orang dibalik usaha atau perusahaan yang biasanya adalah pemilik, pengelola, sekaligus administrator dari perusahaannya.

Suryana (2014:232) mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja, yaitu lima sampai dengan sembilan belas orang yang terdiri atas pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga. Perusahaan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dari lima orang diklasifikasikan sebagai industri rumah tangga.

2.6.2 Bentuk dan Jenis Usaha Kecil

Subanar (2001) juga menyatakan bahwa berdasarkan bentuk usahanya, perusahaan kecil yang terdapat di Indonesia digolongkan ke dalam dua bentuk:

1. Usaha Perseorangan, merupakan usaha yang dilakukan oleh orang-perorangan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Umumnya modal yang digunakan merupakan kekayaan milik secara pribadi.
2. Usaha Persekutuan/Partnership, merupakan usaha yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan untuk memperoleh tujuan usaha (laba).

Sedangkan ragam dan jenis usaha kecil meliputi:

1. Usaha Perdagangan, meliputi keagenan , pengecer, eksor/impor, dan sektor informal
2. Usaha Pertanian, meliputi pertanian pangan maupun perkebunan, perikanan darat/laut, serta peternakan.
3. Usaha Industri, meliputi industri logam/kimia, makanan/minuman, pertambangan, kerajinan, dan konveksi.

Berdasarkan bentuk dan jenis usaha kecil di atas, maka penelitian ini termasuk dalam kategori usaha kecil.

2.6.3 Karakteristik Usaha Kecil

Menurut Anoraga (2011:51) secara umum usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di-*up-to-date*, sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang tinggi
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih terbatas
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil, sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar terbatas
7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya

Sedangkan menurut Kuncoro (2007:365) dari beberapa definisi usaha kecil, agaknya usaha kecil mempunyai karakterisik yang hampir sama, yaitu:

1. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi
2. Rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga-lembaga kredit formal
3. Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum memiliki status badan hukum
4. Dilihat menurut golongan industri tampak bahwa hampir sepertiga bagian dari seluruh industri kecil bergerak pada kelompok usaha industri makanan,

minuman, tembakau, lalu diikuti oleh kelompok industri barang galian bukan logam, industri tekstil, industri kayu, bambu, rotan rumput dan sejenisnya termasuk perabotan rumah tangga

Menurut Setyawan (2013:14) karakteristik industri kecil disebutkan antara lain sebagai berikut:

1. Proses produksi lebih *mechanized* dan kegiatannya dilakukan di khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi di samping rumah si pengusaha
2. Sebagian tenaga kerja yang bekerja di industri kecil adalah pekerja bayaran (*wage labour*)
3. Produk yang dibuat termasuk golongan barang-barang yang cukup *sophisticated*

2.6.4 Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil

Usaha kecil pada kenyataannya mampu tetap bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang diakibatkan inflasi maupun berbagai faktor penyebab lainnya. Tanpa subsidi dan proteksi, Industri kecil di Indonesia mampu menambah nilai devisa bagi negara. Sedangkan sektor informal mampu berperan sebagai *buffer* (penyangga) dalam perekonomian masyarakat lapisan bawah.

Setiap usaha bisnis mengandung potensi benefit dan biaya. Bagi banyak orang, benefit yang penting adalah kepuasan pribadi yang diperoleh dari mengoperasikan bisnis kepunyaan sendiri. Pemilik bisnis dapat menggunakan seluruh talentanya dan dapat menggunakannya dengan bebas, juga dapat memperoleh kekuasaan melalui pengoperasian bisnis miliknya sendiri. Benefit lain yang diperoleh adalah keuntungan finansial. (Anoraga, 2002:226).

Menurut Anoraga (2002:226) dibandingkan dengan usaha besar, usaha kecil memiliki beberapa potensi dan keunggulan komparatif, yaitu :

1. Usaha kecil beroperasi menebar di seluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha. Hal ini karena kebanyakan usaha kecil timbul untuk memenuhi permintaan *(agregate demand)* yang terjadi di daerah regionalnya. Bisa jadi orientasi produksi usaha kecil tidak terbatas pada orientasi produk melainkan sudah mencapai taraf orientasi konsumen. Untuk ini diperlukan suatu keputusan manajerial yang menuntut kejelian yang tinggi. Dengan penyebaran usaha kecil, berarti masalah urbanisasi dan kesenjangan desa-kota minimal dapat ditekan. Setidaknya mengurangi konsentrasi intensitas lapangan kerja pada daerah tertentu yang akan menimbulkan efek urbanisasi serta masalah sosial lain.
2. Usaha kecil beroperasi dengan investasi modal untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah. Sebagian besar modal terserap pada kebuthan modal kerja. Karena yang dipertaruhkan kecil, implikasinya usaha kecil memiliki kebebasan yang tinggi untuk masuk atau keluar dari pasar. Dengan demikian, kegiatan produksi dapat dihentikan sewaktu-waktu, jika kondisi perekonomian yang dihadapi kurang menguntungkan. Konsekuensi lain dari rendahnya nilai aktiva tetap adalah mudah meng-*up to date*-kan produknya. Sebagai akibatnya akan memiliki derajat imunitas yang tinggi terhadap gejolak perekonomian internasional.
3. Sebagian besar usaha kecil dapat dikatakan padat karya *(labor intensive)* yang disebabkan penggunaan teknologi sederhana. Persentase distribusi niai

tambah pada tenaga kerja relatif besar. Dengan demikian, distribusi pendapatan bisa lebih tercapai. Selain itu keunggulan usaha kecil terdapat pada hubungan yang erat antara pemilik dengan karyawan menyebabkan sulitnya terjadi PHK (pemutusan hubungan kerja). Keadaan ini menunjukan betapa usaha kecil memiliki fungsi sosial ekonomi.

Kelemahan usaha kecil adalah investasi awal dapat saja mengalami kerugian. Beberapa risiko di luar kendali wiraswastawan, seperti perubahan mode, peraturan pemerintah, persaingan dan masalah tenaga kerja dapat menghambat bisnis. Beberapa bisnis juga cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak teratur, pemilik mungkin tidak memperoleh profit. Mengelola bisnis sendiri juga berarti menyita waktu sendiri yang cukup banyak, tanpa menyisakan waktu yang cukup bagi keluarga dan untuk berekreasi. Bagian penting dalam hidup ini kadangkala harus dikorbankan untuk mengoperasikan suatu bisnis agar sukses. (Anoraga, 2002:227)

2.7 Batik

Menurut Konsesus Nasional 12 Maret 1996 Batik adalah karya seni rupa pada kain dengan pewarnaan rintang yang menggunakan lilin batik sebagai perintang warna. Menurut Konsesus tersebut dapat diartikan bahwa yang membedakan batik dengan tekstil pada umumnya adalah proses pembuatannya.

Batik digolongkan salah satu karya seni dan dapat dibedakan menjadi 5 golongan besar. Prinsip dasar penggolongan batik antara lain:

1. Batik tulis adalah batik yang diperoleh dengan cara menggunakan canting tulis sebagai alat pembantu untuk melekatkan lilin batik pada kain.

2. Batik cap adalah batik yang diperoleh dengan menggunakan canting cap sebagai alat pembantu untuk melekatkan lilin batik pada kain.
3. Batik kombinasi adalah batik yang diperoleh dengan menggunakan canting tulis dan canting cap sebagai alat pembantu untuk melekatkan lilin batik pada kain.
4. Batik modern adalah batik yang diperoleh dengan pelekatan lilin batik pada kain, tidak menggunakan canting tulis atau canting cap, tetapi menggunakan kuas atau alat lain d isesuaikan kebutuhannya. Batik modern sering disebut dengan batik lukis.
5. Batik bordir/prada adalah batik, baik batik tulis, cap atau kombinasi yang sebagian dari motifnya (gambarnya) diberi warna-warni tertentu sesuai dengan selera, dengan cara dibordir dan atau diberi warna emas/perak dengan menggunakan canting tulis atau kuas.

Pada ketentuan Konsensus Nasional 1996, terdapat 6 pokok hal penting dalam batik: 1) Canting tulis, 2) Canting cap, 3) Lilin batik (malam), 4) Desain/motif, 5) Pewarna (Zat Warna), 6) Media/kain.

Batik yaitu karya seni pada helai kain dengan corak motif yang beragam dan diperindah oleh warna dari lilin batik atau malam dengan menggunakan alat berupa canting kemudian dicelupkan pada zat warna.

2.8 Teori Produksi

Menurut Sukirno (2010) mengemukakan bahwa teori produksi dalam ilmu ekonomi membedakan analisisnya kepada dua pendekatan yaitu teori produksi dengan satu faktor berubah dan teori produksi dengan dua faktor berubah, yaitu sebagai berikut:

1. Teori produksi dengan satu faktor berubah (jangka pendek)

   Teori produksi yang sederhana menggambarkan tentang hubungan diantara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi barang tersebut. Dalam analisis ini dimisalkan bahwa faktor-faktor produksi lainnya adalah tetap jumlahnya yaitu modal dan tanah jumlahnya dianggap tidak mengalami perubahan dan juga teknologi tidak mengalami perubahan. Satu-satunya faktor produksi yang dapat diubah adalah tenaga kerja.

   a. Hukum hasil lebih yang semakin berkurang

      Hukum hasil lebih yang semakin berkurang merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisah-pisahkan dari teori produksi. Hukum tersebut menjelaskan sifat pokok dari hubungan diantara tingkat produksi dan tenaga kerja yang digunakan untuk mewujudkan produksi tersebut. Hukum hasil lebih semakin berkurang menyatakan bahwa apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya (tenaga kerja) terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak pertambahannya, tetapi sesudah mencapai satu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai

negatif. Sifat pertambahan produksi ini menyebabkan pertumbuhan produksi total semakin lambat dan akhirnya ia mencapai tingkat yang maksimum dan kemudian menurun.

2. Teori produksi dengan dua faktor berubah (jangka panjang)

   Dalam analisis yang berikut dimisalkan terdapat dua jenis faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. Misalkan yang dapat diubah adalah tenaga kerja dan modal. Misalkan pula bahwa kedua faktor produksi yang dapat berubah ini dapat dipertukarkan penggunannya yaitu tenaga kerja dapat menggantikan modal atau sebaliknya.

Perusahaan atau badan usaha adalah suatu unit ekonomi yang memanfaatkan faktor-faktor produksi berupa bahan baku, bahan penolong, teknologi, modal dan sebagainya untuk diproses menjadi produk lain yang mempunyai daya guna dan nilai guna yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau rumah tangga ekonomi yang lain. Jadi, perusahaan memerlukan berbagai faktor produksi untuk menjalankan operasinya dalam upaya mencapai tujuan (Prawirosentono, 2007).

a. Modal adalah salah satu faktor produksi penting diantara berbagai faktor produksi yang diperlukan. Bahkan modal merupakan faktor produksi penting untuk pengadaan faktor produksi seperti tanah, bahan baku dan mesin. Tanpa modal tidak mungkin dapat membeli tanah, mesin, tenaga kerja dan teknologi lain. Modal bisa berasal dari modal sendiri atau pinjaman.

b. Tenaga kerja manusia merupakan salah satu unsur terpenting, sehingga suatu kegiatan produksi terjadi. Interaksi antara tenaga kerja manusia atas faktor produksi lain, seperti mesin, peralatan produksi lain, bahan baku, tenaga listrik dan sebagainya yang memungkinkan berjalannya proses produksi. Oleh kerana itu, dalam suatu kegiatan produksi selalu terjadi interaksi manusia dengan faktor produksi lainnya.
c. Bahan baku adalah barang-barang berwujud yang akan digunakan dalam periode produksi. Barang tersebut dapat diperoleh dari sumber alam, dibeli dari para pemasok, atau dibuat sendiri untuk dipergunakan dalam proses selanjutnya.
d. Teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis; ilmu pengetahuan terapan; keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia (KBBI).

2.9 Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Dari pengaruh berbagai faktor tersebut, masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan

kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Rangkuti, 2014: 101).

Unsur-unsur utama pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yaitu (Rangkuti, 2014: 102-103) :

1. Unsur Strategi Persaingan, dapat dikelompokan menjadi tiga yaitu:
    a. Segmentasi pasar adalah tindakan mengidentifikasikan dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing segmen konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri.
    b. *Targeting* adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki
    c. *Positioning* adalah penetapan posisi pasar. Tujuan positioning ini adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.
2. Unsur Taktik Pemasaran, terdapat dua unsur taktik pemasaran:
    a. *Diferensiasi*, yang berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan *diferensiasi* yang dilakukan suatu perusahaan dengan perusahaan lain.
    b. Bauran pemasaran, yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, promosi dan tempat

3. Unsur nilai pemasaran, nilai pemasaran dapat dikelompokan menjadi tiga, yaitu:
    a. Merek atau *brand*, nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang dimiliki dan melekat pada suatu perusahaan. Sebaiknya perusahaan senantiasa meningkatkan *brand equity*-nya.
    b. Pelayanan atau *service*, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan kepada konsumen ini perlu terus-menerus ditingkatkan.
    c. Proses, yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap perusahaan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

2.10 Kerangka Teoritis

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan :

Penelitian Jaya Parlindungan Sihombing (2015) dengan judul "Analisis SWOT Pada Industri Batik Griya Batik Mas Pekalongan" menunjukan bahwa kondisi SDM kurang baik, karena berlatar belakang pendidikan SMP. Kondisi jumlah bahan baku dalam kondisi terbatas dan harga selalu naik. Kondisi teknologi dalam kondisi yang kurang baik. Kondisi Pemasaran dalam kondisi cukup baik. Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha Griya Batik Mas dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang

disebabkan banyaknya pesaing dari berbagai daerah di Pekalongan dan munculnya berbagai batik baru dengan berbagai inovasi.

Penelitian Mangifera (2016) dengan judul Strategi Pengembangan Industri Lurik Sebagai Produk Unggulan Daerah Klaten. Dalam penelitian ini membahas strategi pengembangan industri lurik dengan metode penilitian kualitatif deskriptif, teknik analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri Lurik di Kabupaten Klaten yaitu (1) Meningkatkan peran Pemerintah dalam promosi produk unggulan (2) Pemanfaatan dalam penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, bisnis manajemen yang baik, standarisasi produk, penggunaan optimalisasi modal (3) Mengembangkan semangat kewirausahaan dalam rangka menghadapi pasar bebas serta mengetahui selera konsumen yang sering berubah.

Penelitian Farah Bonita (2013) yang berjudul Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode perbandingan eksponensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri kecil kerajinan batik di Kota Semarang adalah melalui strategi modal, pemasaran dan bahan baku dengan masing-masing total nilai MPE sebesar 4,358, 4,344 dan 4,283. Strategi paling utama yang dapat digunakan dalam pengembangan industri kecil kerajinan batik di Kota Semarang adalah strategi bantuan modal yang berasal dari Pemerintah berupa pinjaman lunak, dan bantuan modal dari BUMN kepada para pengusaha industri kecil kerajinan batik Semarangan dengan nilai MPE sebesar 1,109.

Penelitian Yahya Adi Surya (2017) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Batik untuk Meningkatkan Daya Saing Klaster Batik Batangan di Kabupaten Batang. Penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan dalam pengembangan klaster batik Batangan terdiri dari lima aspek yaitu dalam aspek sumber daya manusia, bahan baku, teknologi, keuangan dan pemasaran. Analisis PAM diperoleh hasil bahwa klaster batik Batangan memiliki daya saing baik dari keunggulan kompetitif maupun keunggulan komparatif. Dari metode AHP diperoleh hasil bahwa aspek bahan baku menjadi prioritas utama yang menggambarkan perlunya solusi dalam kemudahan bahan baku. Aspek kedua yaitu keuangan karena perlunya biaya lebih untuk bisa produksi dan berkembang. Aspek ketiga yaitu aspek teknologi karena perlunya inovasi dalam batik Batangan. Aspek keempat yaitu sumber daya manusia karena perlunya tenaga kerja baru dan memiliki kemampuan dalam membatik. Aspek kelima yaitu pemasaran karena perlunya memperluas pasar penjualan batik Batangan.

Penelitian Nur Istikhatu Fadlilah (2016) dengan judul Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Dan UMKM Dalam Pengembangan Industri Kreatif Batik Di Kota Pekalongan. Penelitian ini menunjukkan strategi pengembangan industri kreatif batik meliputi penyelenggaraan pekan batik, fasilitasi penyelenggaraan curhat bisnis, sosialisasi HKI dan pendaftaran merk dan batik label bagi peningkatan daya saing UKM di era pasar global, fasilitasi akses modal dengan kredit usaha produksi melalui Pekalongan Mikro Finance Expo, pembinaan kemampuan dan keterampilan kerja melalui pelatihan zat warna alam dan pembuatan canting batik, dan penguatan kelembagaan telecenter sebagai pusat

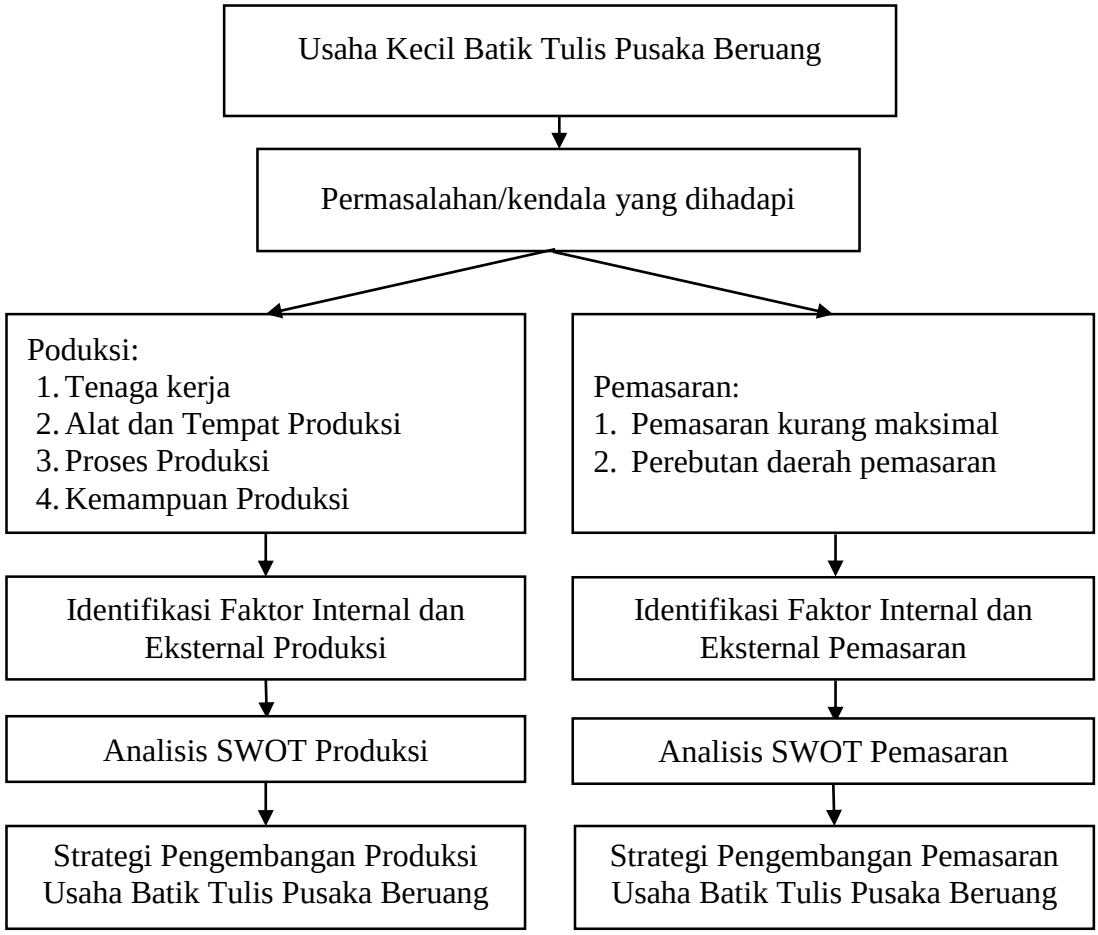
layanan bisnis sentra serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan bagi industri kecil menengah berupa sosialisasi EMarketplace.

Dari deskripsi diatas nampak bahwa penelitian yang dilakukan ini berorientasi strategi pengembangan usaha batik tulis lasem kabupaten Rembang sehingga sangat berbeda dengan apa yang diteliti pada deskripsi diatas.

2.11 Kerangka Berfikir

Dalam menunjang proses penelitian agar tetap terarah maka disusun suatu kerangka dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan usaha batik tulis Pusaka Beruang dalam rangka memberikan rekomendasi untuk pengambilan kebijakan pengembangannya.

Hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis, maka penelitian ini mencoba untuk menggali dan menjawab mengenai permasalahan dan kendala yang dialami usaha batik tulis Pusaka Beruang serta strategi pengembangan usaha batik tulis tersebut. Dengan mengamati lingkungan perusahaan didapatkan permasalahan/kendala yang ada pada usaha batik tulis Pusaka Beruang yaitu pada faktor produksi dan pemasaran, kemudian baru mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada produksi dan pemasaran usaha batik tulis Pusaka Beruang. Lalu dianalisis menggunakan analisis SWOT pada produksi dan pemasaran sehingga dapat diperoleh beberapa alternatif strategi pengembangan produksi dan pemasaran yang dapat dipertimbangkan untuk mengembangkan usaha batik tulis Pusaka Beruang. Adapun skema Kerangka Berpikir dalam penelitian ini ditunjukan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *mixed methods*. Sugiyono (2011: 404) menyatakan bahwa metode penelitian kombinasi (*mix methods*) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliable, dan obyektif. Berdasarkan pendapat di atas, metode penelitian kombinasi adalah metode penelitian yang menggunakan dua metode yaitu metode penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk digunakan dalam suatu kegiatan penelitian. Sehingga diperoleh data yang lebih lengkap dan menyeluruh.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sequential Explonatory*, model penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan menganalisis data kuantitatif pada tahap pertama, kemudian melakukan pengumpulan data dan menganalisis data kualitatif pada tahap kedua, selanjutnya menganalisis data secara keseluruhan untuk kemudian diambil kesimpulan dari analisis data tersebut. Namun dalam analisisnya diolah menggunakan analisis SWOT. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk memahami secara lebih lengkap dan menyeluruh tentang kondisi serta permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang.

3.2 Fokus dan Lokus Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada cakupan analisis faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang menjadi peluang dan acaman pada usaha tersebut. Selanjutnya akan dilakukan formulasi strategi pengembangan usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang.

Lokus atau lokasi penelitian ini pada usaha batik tulis Pusaka Beruang yang berlokasi di Jalan Jatirogo No.34, Karangturi, Lasem, Rembang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa usaha batik tulis Pusaka Beruang merupakan usaha yang memiliki potensi dan layak untuk dikembangkan.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data utama yang digunkan dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan terpercaya. Data primer didapatkan dari hasil observasi serta wawancara langsung ke lokasi usaha yaitu di batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang. Kemudian setelah melakukan wawancara dilakukan pembagian angket kepada pihak yang telah dipilih menjadi sampel. Adapun pihak yang menjadi sampel yaitu dari pemilik usaha dan tenaga kerja.
2. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau bukan langsung dari informan. Data sekunder berupa data dari instansi-

instansi terkait yang bersumber dari BPS Kabupaten Rembang, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Rembang, data perusahaan, penelitian terdahulu, artikel dan literatur yang terkait penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya (Sugiyono, 2015:193).

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan langkah awal dalam melakukan sebuah penelitian. Adanya observasi dapat membantu penelitian dalam memahami konteks data secara keseluruhan, peneliti juga akan menemukan hal yang diluar persepsi responden. Kegiatan observasi juga dilakukan untuk mengamati apakah hal yang disampaikan oleh sumber data sesuai dengan data. Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu di usaha batik Pusaka Beruang serta mengamati kegiatan yang ada pada usaha kecil tersebut. Dari observasi yang telah dilakukan pada tanggal 27 agustus 2019, peneliti mengamati kegiatan yang dilakukan di batik Pusaka Beruang mulai dari membuat pola, membatik di atas pola, nemblok, mewarnai sampai nglorot.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan yang sangat penting bagi penelitian kualitatif, karena merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, mengetahui hal-hal dari responden lebih dalam. Menurut Moleong (2016:188) pembagian wawancara dibagi menjadi empat yaitu: (1) wawancara oleh tim atau panel; (2) wawancara tertutup dan wawancara terbuka;

(3) wawancara riwayat secara lisan; (4) wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sesuai masalah yang akan dikaji. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha dan tenaga kerja batik Pusaka Beruang serta Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Rembang. Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan informasi terkait profil pendirian usaha, sumber modal, karyawan yang dipekerjakan oleh pemilik usaha, lama proses produksi, rantai pemasaran produk, keuntungan yang didapat dan lain lain.

3.4.3 Pengisian kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2015). Bentuk pertanyaan yang digunakan menggunakan 4 pilihan jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut :

1. Nilai 4 jika respon berpengaruh sangat baik
2. Nilai 3 jika respon pengusaha batik baik.
3. Nilai 2 jika respon pengusaha batik kurang baik
4. Nilai 1 jika respon pengusaha batik tidak baik/buruk

Responden yang diambil untuk pengisian kuesioner adalah pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang. Kuesioner ini sendiri dibuat menjadi dua bidang yaitu

bidang produksi dan bidang pemasaran. Pada Kuesioner SWOT dalam penelitian dibagi menjadi dua tahap. Tahap yang pertama digunakan untuk mengidentifikasi apakah faktor tersebut menjadi kekuatan atau kelemahan dan yang kedua digunakan untuk mengidentifikasi apakah faktor tersebut menjadi ancaman atau peluang.

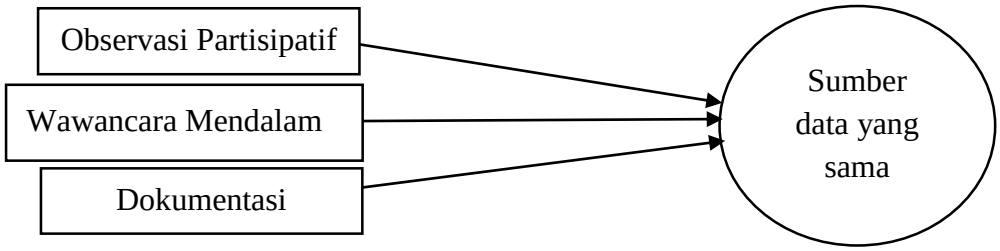
3.4.4 Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang dalam penelitian ini, dokumen dimaksudkan untuk melengkapi data dari wawancara dan observasi. Dokumentasi dalam penelitian diperlukan untuk memperkuat data-data yang diperoleh dari lapangan, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang berupa catatan tertulis dari responden. Pengumpulan data dengan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder melalui dokumen-dokumen tertulis. Pengumpulan data seperti ini oleh sebagian peneliti diyakini integritasnya karena mengambil dari berbagai sumber yang relevan. Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data terkait data keuangan yang di peroleh peneliti dari pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang sendiri.

3.5 Teknik Keabsahan Data

Dalam Moleong (2017) menyebutkan bahwa untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pada penelitian ini teknik pemeriksaan yang digunakan adalah Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk

mendapatkan data dari sumber yang sama, hal ini dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 3.1 Triangulasi Data

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton 1987: 331) dalam buku Moelong (2017). Hal itu dapat dicapai dengan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, (2) memebandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakanya secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah, tinggi, orang berada, orang pemerintahan, (5) memandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Dengan triangulasi ini peneliti membandingkan data tenaga kerja yang di peroleh dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Rembang dengan data hasil dari wawancara dengan pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang ini apakah relevan atau tidak.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses untuk mencari dan menyusun data secara sistematik yang telah diperoeh dari hasil observasi, wawancara, kuesioner serta dokumenasi. Secara teoritik terdapat beberapa model analisis data yang dapat digunakan dalam penelitian ini, yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi serta penarikan kesimpulan.

3.6.1 Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan, makin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu (Sugiyono, 2017).

Dalam kegiatan analisis data menggunakan reduksi data, (1) peneliti menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yang telah didapatkan yang kemudian mengklasifikasikan kedalam beberapa tema; (2) peneliti memadukan data yang tersebar; (3) setelah data dipadukan, peneliti mencoba kembali mencari kekurangan data tambahan yang diperlukan; (4) jika data yang telah dikumpulkan dirasa sudah cukup maka selanjutnya peneliti menyusun data

secara sistematis dan membuat kesimpulan atas data temuan menjadi uraian singkat yang jelas dan mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, langkah awal yang dilakukan oleh peneliti adalah peneliti melakukan berbagai kegiatan sebagai berikut: (1) peneliti mengumpulkan data pendukung dari berbagai referensi seperti data dari BPS dan dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM, kuesioner yang diberikan pada usaha batik tulis Pusaka Beruang yang berkaitan dengan topik/tema penelitian yang diambil, (2) kemudian peneliti menggabungkan semua data yang sudah diperoleh dari bebagai sumber, (3) dari data yang sudah diperoleh peneliti menemukan permasalahan kenapa usaha batik tulis Pusaka Beruang belum secara maksimal dalam proses produksi dan pemasarannya, permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang ialah pemilik usaha masih belum mempunyai sikap tegas terhadap tenaga kerjanya dan belum maksimal dalam pemasaran, (4) berdasarkan hasil analisis pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang belum melakukan strategi pengembangan produksi dan strategi pengembangan pemasaran yang tepat untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan produksi dan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Strategi dilakukan karena semakin banyak usaha baru sejenis yang mengancam keberlangsungan usaha.

3.6.2 Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Melalui penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah untuk dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini adalah dalam bentuk matriks, diagram, visual data lainnya yang terkait dengan perumusan masalah pada usaha batik Pusaka Beruang, kemudian diperjelas menggunakan narasi untuk memberikan keterangan pada data yang disajikan agar mudah untuk dipahami.

3.6.3 Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Pada tahap verifikasi data peneliti berusaha menggambarkan atau menjelaskan untuk kebenaran data. Dari data yang telah disajikan dalam bentuk matriks, diagram, dan didukung dengan data visual lainnya, maka pada tahap kesimpulan peneliti menghubungkan dan membandingkan antara data satu dengan yang lainnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban permasalahan yang ada, dimana memiliki makna yang mengorganisasikan data, memilih, menjabarkan, menyusun, dan membuat kesimpulan tentang proses, serta faktor

pendukung dan penghambat dari strategi bisnis dalam mengembangkan usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang.

3.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal agar dapat diketahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang. Analisis SWOT juga digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dimiliki oleh usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang.

Analisis SWOT menurut (Rangkuti, 2014) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis unuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang.

1. Menganalisis Faktor Strategi Eksternal

   Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi eksternal :

a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman)
b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding)* sampai dengan 1 *(poor)* berdasarkan pengaruhnya faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian skor rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi skor rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi skor rating +1). Pemberian skor rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika skor ancamannya sangat besar diberi skor rating 1. Sebaliknya jika ancamannya sedikit maka diberi skor ratingnya 4.
d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan pada masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai dengan 1,0.
e. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor strategi internalnya. Cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) berikut ini :

Tabel 3.1
Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Ancaman			
Total			

Sumber : Freddy Rangkuti 2014

2. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan di identifikasi, suatu tabel IFAS *(Internal Strategic Factors Analysis Summary)* disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *Strenght* dan *Weakness*pada usaha batik tulis Pusaka Beruang. Tahap-tahap penentuan faktor strategi internal adalah sebagai berikut:

a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan usaha batik tulis Pusaka Beruang dalam kolom 2.
b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 *(outstanding)* sampai dengan 1 *(poor),* berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi skor mulai dari +1 dampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan

rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Misalnya, jika kelemahan usaha batik tulis Pusaka Beruang besar sekali dibandingkan dengan rata-rata, skornya adalah 1, sedangkan jika kelemahan usaha batik tulis Pusaka Beruang dibawah rata-rata industri skornya adalah 4.

d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan yang masing-masing faktor skornya bervariasi mulai dari 4,0 *(outstanding)* sampai 1,0 *(poor)*

e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi usaha batik tulis Pusaka Beruang tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Cara penentuan faktor strategi internal sebagai berikut:

Tabel 3.2
Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Matrik berikut ini dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi oleh usaha batik tulis Pusaka Beruang serta dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (internal) yang dimilikinya.

3. Matrik Internal dan Eksternal

Total Skor Faktor Strategi Eksternal	Total Skor Faktor Strategi Internal		
	KUAT	RATA-RATA	LEMAH
	4.0 — 3.0	2.0	1.0
TINGGI 3.0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Pertumbuhan
MENENGAH 2.0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan
RENDAH 1.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi

Sumber: *Freddy Rangkuti (2014)*

Gambar 3.2
Internal-Eksternal Matrik

Keterangan :

I : Strategi konsentrasi melalui integrase vertikal

II : Strategi konsentrasi melalui integrase horizontal

III : Strategi turn around

IV : Strategi Stabilitas

V : Strategi konsentrasi melalui integrase horizontal atau stabilitas

VI : Strategi Divestasi

VII : Strategi Diversifikasi Konsentrik

VIII : Strategi Diversifikasi Konglomerat

XI : Strategi Likuidas atau tidak berkembang

Setelah mendapatkan informasi tentang pengaruh terhadap kelangsungan pengembangan usaha batik tulis Pusaka Beruang tersebut, tahap selanjutnya ialah dengan memanfaatkan informasi tersebut untuk merumuskan suatu strategi. Alat analisis yang digunakan untuk menyususn strategi adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagian kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha batik tulis Pusaka Beruang serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh usaha batik tulis Pusaka Beruang tersebut. Dengan matrik ini kita dapat menghasilkan 4 bagian dari kemungkinan alternatif strategi sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Pengembangan SWOT dengan menggunakan Matrik

IFAS / *EFAS*	*Strengths (S)*	*Weakness (W)*
Opportunity (O)	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Keterangan :

*Strength (S)*Kekuatan, ialah faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan bisnis didalamnya antara lain kompetensi khusus yang terdapat suatu organisasi yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran.

*Weakness (W)*Kelemahan, ialah suatu keterbatasan atas kelemahan dalam hal ini kemampuan ataupun keterampilan yang menjadikan penghalang serius bagi kinerja organisasi yang memuaskan.

*Opportunities (O)*Peluang, ialah sebuah situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satuan bisnis.

*Threat (T)*Ancaman, ialah suatu faktor yang tidak menguntungkan bagi satuan bisnis.

1. Strategi SO

Apabila didalam kajian terlihat sebuah peluang-peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut juga memiliki sebuah keunggulan komperatif. Dua elemen eksternal dan internal yang baik ini tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadikan isu-isu utama dalam pemberdayaan meskipun demikian proses dalam pengkajiannya tidak boleh sampai dilupakan dengan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan yang terjadi. Kondisi lingkungan yang terdapat disekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan sebuah keunggulan komperatif tersebut. (Strategi SO : dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada).

2. Strategi ST

Pada kolom ini ialah merupakan suatu kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan yang berasal dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman dan peluang yang ada, dan sebisa mungkin kita mengubahnya menjadi sebuah peluang untuk pemberdayaan kedepannya. (Strategi ST : dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi hambatan).

3. Strategi WO

Pada kolom ini merupakan suatu kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Suatu peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sektor yang mengungkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan dengan sangat hati-hati untuk memilih dan untuk menerima

sebuah peluang tersebut, khususnya bila dikaitkan dengan potensi kawasan tersebut. (Strategi WO : dengan menggunakan peluang yang ada untuk menghindari kelemahan).

4. Strategi WT

Merupakan sebuah tempat untuk menggali berbagai kelemahan yang nantinya akan dihadapi oleh sektor dalam perkembangannya. Hal ini dapat kita lihat dari pertemuan antara ancaman dan tantangan dari luar dengan kelemahan yang terdapat didalam kawasan. Strategi yang harus kita ambil ialah dengan mengambil sebuah keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan kita sedikit membenahi sumber daya internal yang dimiliki. (Strategi WT) : dengan kita meminimalkan kelemahan dam mengusir hambatan).

3.7.1 Penentuan Alternatif Strategi

Penentuan alternatif strategi dilakukan dengan cara kita melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber. Wawancara yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui alternatif startegi yang mungkin bisa dijalankan oleh pemilik usaha dengan mengacu pada hasil dari analisis SWOT, yang kemudian kita menentukan alternatif strategi yang mungkin saja bisa untuk diterapkan secara berurutan. Namun untuk penerapan alternatif strategi tersebut diserahkan sepenuhnya kepada pemilik usaha.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang

Tradisi membatik di Rembang sudah berlangsung turun temurun, dari generasi ke generasi. Salah seorang pengusaha Batik Tulis Lasem yang terkenal itu adalah Santoso Hartono, pemilik Batik Tulis Pusaka Beruang yang merupakan generasi ketiga dari keluarga Santoso (keturunan *Djie Siaw Huwie)* yang menjalani usaha membatik. Sebelum krisis moneter (krismon) tahun 1998, orang tuanya tak sanggup lagi menampung ratusan karyawan yang selama puluhan tahun bekerja sehingga satu per satu karyawan keluar dan memilih menjadi supir angkot, jadi tukang batu, tukang ojek atau becak.

Batik tulis Pusaka Beruang mulai dirintis oleh Bapak Santoso Hartono yang berasal dari lingkungan keluarga pembatik sejak tahun 2000. Pada awal perintisan, pemilik tidak mengetahui tentang dasar-dasar batik sehingga gagal membuat batik dan tidak bertahan hingga tahun 2001. Usaha batik kemudian baru dilanjutkan pada tahun 2005 setelah mendapatkan pelatihan membatik dari Dinas dan terinspirasi dari presiden pak SBY kala itu batik pengganti pakaian resmi jaz. Selain itu, pada saat itu pemerintah setempat dari instansi terkait melalui Indakop juga koperasi tingkat provinsi memberi stimulus berupa fasilitas kerja dan modal usaha untuk mendongkrak kerajinan batik khas kota Rembang, Batik Lasem. Dari permodalan sampai promosi dan pembinaan secara intens dari instansi terkait.

Awalnya pemilik batik tulis Pusaka Beruang menitipkan produknya ke *Inacraft* karena tak mampu ikut pameran. tetapi di tahun 2005 itu juga mendapat pinjaman dari Bank BRI. Tanggal 13 Maret membuka kembali usaha orangtuanya dibantu sekitar 4 orang tenaga kerja. Bulan April di tahun yang sama ia mendapat kucuran dana dari bank sebesar Rp. 15.000.000 dan di bulan itu pula mendapat pesanan dari pabrikan terkemuka dari Jakarta. Selain itu usaha batiknya memperoleh bantuan dari pemerintah berupa peralatan lemari, komputer, meja gambar, dan pelatihan manajemen. Usaha batik ini semakin berkembang dan hingga kini memiliki tenaga kerja bagian produksi sekitar 126 orang dari total keseluruhan tenaga kerja yang mencapai 950 orang.

Batik Tulis Pusaka Beruang dijual dengan harga bervasiasi. Dari Rp 120.000 sampai di atas Rp 1.000.000. Tapi tiga tahun terakhir ini pasarnya sepi. Namun demikian, Pusaka Beruang masih mampu meraup omzet Rp. 250.000.000/perbulan dengan memperkerjakan 700 pengrajin batik. Rata-rata tiap bulannya mampu memproduksi 2000 potong batik. Sementara pemasaran yang dilakukan, dari pameran ke pameran. Di samping itu banyak wisatawan langsung datang ke rumahnya untuk membeli Batik Tulis Lasem. Selain itu, juga menggunakan media social (facebook) sebagai salah satu strategis pemasarannya.

4.2 Status Kepemilikan Batik Tulis Pusaka Beruang

Usaha batik tulis Pusaka Beruang merupakan industri dengan bentuk kepemilikan pribadi. Usaha ini dimiliki oleh Bapak Santoso Hartono yaitu anak kedua dari enam bersaudara pasangan Tirto Hartono (Ang Tjay Gwan), Sri Endah Wahyuningsih (Djie Frieda) merupakan generasi ketiga pembatik di keluarganya

dan sekaligus merupakan perintis berdirinya usaha batik tulis Pusaka Beruang sejak tahun 2000.

4.3 Strategi Pengembangan Produksi

Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang menggunakan strategi pengembangan produksi dengan memproduksi beraneka jenis batik seperti jenis kain sarung, selendang gendong, kain untuk kebaya, kain untuk fashion, untuk seragam dan selendang kecil. Ciri khas produk batik ini yaitu warna merah darah yang kental akan khas budaya China, selain itu batik ini juga menggunakan pewarna alam sejak 2 tahun yang lalu dan banyak diminati oleh para konsumen. Produk yang dihasilkan perbulan sekitar 2500-3500 kain batik dengan kualitas menengah keatas sedangkan kualitas terbaik diproduksi dalam jumlah kecil karena harganya yang sangat mahal.

4.3.1 Proses Produksi

Proses pembuatan batik tulis Pusaka Beruang melalui beberapa tahapan mulai dari proses memola, proses membatik klowong, membatik isen-isen, dan menembok. Adapun tahap-tahap pembuatan batik Tulis Pusaka Beruang adalah sebagai berikut:

1. Memola

   Proses memola dilakukan dengan dua cara, yaitu memola langsung pada kain dan yang dibuat terlebih dahulu pada kertas yang kemudian dipindah ke dalam kain. Proses memola yang sering dilakukan Pusaka Beruang adalah memola langsung pada kain tanpa kertas terlebih dahulu, hal ini dilakukan untuk menghemat waktu.

2. Membatik Klowong

   Proses pencantingan tahap awal adalah membatik klowong. Membatik klowong adalah mencanting kerangka motif. Pada tahap ini canting yang digunakan adalah canting klowong.

3. Membatik Isen-isen

   Membatik isen-isen adalah memberi isen-isen atau isian ke bagian dalam motif. Canting yang digunakan untuk membatik isen-isen adalah canting isen. Memberikan isen-isen ke dalam batik Tulis Pusaka Beruang bertujuan untuk membuat ornamen terlihat indah dan motif terlihat lebih hidup.

4. Menembok

   Menembok adalah menutup bagian-bagian yang diinginkan dengan malam. Alat yang digunakan dalam menembok adalah canting tembok. Menembok bertujuan untuk membentengi kain agar warna tidak masuk. Proses menembok harus dilakukan dengan teliti sehingga warna tidak masuk dan hasilnya sesuai dengan harapan.

5. Pewarnaan

   Batik Tulis Pusaka Beruang menggunakan 2 jenis pewarna yaitu pewarna dengan bahan sintetis dan pewarna dengan bahan alami. Pewarna dengan bahan sintetis lebih sering dibuat dibandingkan dengan pewarna bahan alami. Dalam arti warna dengan bahan alami dibuat hanya dalam menerima pesanan. Warna sintetis yang sering digunakan adalah naptol dan indigosol.

6. Pelorodan

   Pelorodan dilakukan setelah proses pewarnaan selesai untuk menghilangkan malam yang menempel diatas kain. Proses pelorodan ini dilakukan diatas tungku pelorodan. Air yang digunakan dalam proses pelorodan dicampur dengan soda abu untuk memudahkan lilin lepas dari kain.

7. Pencucian

   Proses pencucian dilakukan setelah pelorodan atau perebusan kain untuk menghilangkan lilin malam. Pencucian ini dilakukan dengan dicuci biasa menggunakan air bersih.

8. Penjemuran

   Proses terakhir dari pembuatan Batik Tulis Pusaka Beruang adalah menjemur kain batik yang sudah diberi warna dan motif. Penjemuran dilakukan secara langsung dibawah sinar matahari sehingga didapatkan hasil yang baik.

4.3.2 Faktor-Faktor Produksi

Pada proses pelaksanaan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang, banyak faktor yang mempengaruhi baik faktor internal maupun eksternal.

1. Faktor internal produksi

   a. Modal

      Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang diawali dengan modal sebesar Rp. 15.000.000 yang merupakan pinjaman dari Koperasi Rukun Santoso. Saat ini modal usahanya diperoleh dari dana pribadi dan pinjaman bank.

Usaha batik Tulis Pusaka Beruang yang sudah berkembang saat ini, pemilik memiliki investasi berupa bahan baku hampir 1 Milyar, peralatan 2 Milyar, 3 rumah dan 3 gedung yang digunakan dalam usaha produksi batik Tulis Pusaka Beruang.

Pemilik batik Tulis Pusaka Beruang melakukan pembukuan secara sederhana untuk pengelolaan keuangan. Pembukuan ini berisi tentang pemesanan batik dari pelanggan, pemesanan bahan baku ke pemasok, pengeluaran operasional, produksi dan gaji karyawan serta pemasukan/pendapatan per bulan.

b. Tenaga kerja

Tenaga kerja pembatik di Batik Tulis Pusaka Beruang merupakan tenaga kerja yang menempati posisi penting karena dapat mempengaruhi jumlah produksi dan kualitas produk Batik Tulis Pusaka Beruang. Jumlah tenaga kerja yang masuk dalam proses pembuatan batik tiap hari mencapai 126 orang, namun jumlah keseluruhan tenaga kerja mencapai 950 orang.

Tingkat pendidikan tenaga kerja di usaha Batik Tulis Pusaka Beruang rata-rata masih rendah yaitu dibawah SMP. Tenaga kerja ini khususnya bagian produksi adalah ibu rumah tangga yang sudah lama bekerja diperbatikan sedangkan tenaga kerja yang ditoko (jaga toko) umumnya lulusan SMA. Untuk merekrut tenaga kerja baik dibagian produksi maupun toko, pemilik usaha tidak mensyaratkan ijazah dan

tidak ada pelatihan awal sebelum bekerja di Batik Tulis Pusaka Beruang namun lebih pada pengalaman membatik.

Setiap tenaga kerja memiliki tugas dan tanggungjawab masing-masing sehingga jelas pekerjaannya. Misalnya nengkreng, nerusin atau nemblok. Adanya pembagian kerja ini dilakukan agar setiap pekerja mengetahui jenis pekerjaannya dan menghasilkan produk batik tulis yang berkualitas.

Gaji tenaga kerja pembatik tiap hari rata-rata Rp. 40.000 hingga Rp. 70.000 yang sifatnya borongan. Setiap tenaga kerja bebas menentukan waktu kerjanya atau bersifat fleksibel, jika ada suatu halangan/ada kepentingan pribadi pekerja diizinkan untuk tidak masuk kerja namun tidak memperoleh gaji.

c. Bahan baku

Bahan baku untuk produksi Batik Tulis Pusaka Beruang berupa kain mori, pewarna sintetis, malam dan canting. Bahan baku kain mori diperoleh dari suplyer Malang dan Solo, pewarna sintetis diperoleh dari distributor Lasem, malam dari Pekalongan dan Solo sedangkan alat cantingnya dari Pekalongan. Ketersediaan bahan baku saat ini dirasakan oleh pemilik usaha batik sangat banyak dan pengirimannya yang cepat sehingga dapat mempercepat proses produksi batik tulis Pusaka Beruang. Kualitas bahan baku yang dipilih adalah yang terbaik dengan tujuan untuk mendapatkan kualitas batik tulis yang terbaik pula.

d. Teknologi

Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang sejak awal berdiri hingga sekarang masih menggunakan teknologi sederhana. Peralatan yang digunakan dalam proses produksinya yaitu meliputi kayu, gledekan kayu, drum besi bekas, kawat untuk penjemuran, bak penampungan air, canting, kompor dan wajan.

Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dalam membuat pola batik menggunakana meja gambar pola yang dibuat khusus untuk memola motif batik dari kertas pola batik ke atas kain. Daun meja dibuat dari kaca dan diberi lampu neon di bawahnya. Ketika lampu dinyalakan, pola batik di atas kertas kalkir akan terlihat dengan jelas. Pola akan muncul di atas permukaan kain putih yang diletakkan di atas kertas pola.

Kompor kecil digunakan untuk memasak malam agar mencair. Kompor yang digunakan adalah kompor listrik karena dianggap lebih cepat dalam mencairkan malam. Canting adalah alat untuk menuangkan cairan malam. Canting yang digunakan pada usaha Batik Tulis Pusaka Beruang ada tiga macam yaitu, canting klowong yang digunakan untuk mencanting kerangka motif, canting cecek yang digunakan untuk mencanting isen-isen, dan canting tembok yang digunakan untuk menembok.

Disamping bak penampungan air, usaha batik tulis Pusaka Beruang menggunakan bak celup. Bak celup adalah alat yang digunakan untuk mencelup kain batik dalam larutan pewarna. Alat lain yaitu alat

penggulung kain menggunakan bambu untuk membantu dalam proses pewarnaan sebagai alat untuk menggulung kain yang sedang diwarna. Proses pelorodan masih menggunakan tungku yang berguna sebagai tempat untuk pembakaran pada proses pelorodan. Tungku yang digunakan pada usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dari bahan batu bata dan semen.

2. Faktor eksternal produksi

   a. Pemerintah

      Pemerintah menjadi salah satu aspek yang berperan penting dalam perkembangan dan berjalannya usaha batik tulis Lasem termasuk pada usaha Batik Tulis Pusaka Beruang. Pemerintah Kabupaten Rembang memiliki tanggung jawab untuk memberikan dukungan seperti penyuluhan dan pembinaan dalam usaha, pemberiaan bantuan alat produksi, memberi akses dalam pemasaran seperti pameran di even-even lokal maupun nasional. Kebijakan-kebijakan pemerintah ini sebenarnya merupakan langkah awal dalam pengembangan usaha batik tulis Lasem bagi setiap pengusaha/pengrajin.

      Dukungan dari pemerintah Kabupaten Rembang terutama yang dilakukan Dinas Perindagkop dan UKM Kabupaten Rembang sudah banyak dilakukan, seperti pelatihan dan pemberdayaan mulai dari pelatihan dasar mencanting, mewarnai, mengenal batik, memberikan pelatihan kepada UKM untuk meningkatkan kualitas dan teknologi pembatikan dengan pewarnaan alam dengan narasumber ahli. Selain itu,

memfasilitasi pameran produk dan mengadakan study banding ke industri atau kelompok wilayah batik yang lebih besar misalnya ke Cirebon, dan Yogyakarta.

Bantuan modal berupa uang dan peralatan sudah juga dilakukan oleh pemerintah dalam program hibah. Namun sejak tahun 2015, ada aturan terbaru terkait dengan pemberian hibah yaitu bantuan harus diberikan kepada usaha yang berbadan hukum yang bersifat nirlaba dan berbentuk kelompok minimal 2 tahun sehingga prosedur ini dinilai lebih sulit bagi usaha batik untuk memperoleh bantuan.

b. Pemasok

Pemasok merupakan penyedia bahan baku dan bahan pendukung atau input dari proses produksi. Pemasok bahan baku berupa kain mori berasal dari Malang dan Solo. Pemasok pewarna sintetis berasal dari Lasem sendiri sehingga menghemat ongkor pengiriman. Pemasok bahan baku berupa malam dari Pekalongan dan Solo sehingga menggunakan jasa pengiriman barang sedangkan alat cantingnya berasal dari Pekalongan. Bahan baku tersebut diperoleh dengan pemesanan dan pembayaran tempo antara 1 hingga 3 bulan dengan harga hasil tawar menawar.

c. Pesaing

Pesaing usaha Batik Pusaka Beruang cenderung tidak banyak karena setelah kondisi krisis moneter di tahun 1998 membuat masyarakat di Desa Lasem kehilangan semangat membatik sehingga satu persatu

pengrajin Batik Lasem gulung tikar. Dari 140 pengrajin generasi tua praktis tinggal 7 perajin. Namun jumlah perajin batik tulis terus bertambah pada 2010 mencapai 57 orang atau tumbuh 56% dibanding 2007.

4.3.3 Strategi Produk

Strategi produk Batik Tulis Pusaka Beruang dilakukan dengan membuat motif 'Tiga Negeri' yang memiliki corak agak ramai dan tersusun dari warna dasar yang gelap, memiliki 3 warna dan diberi sekar jagatan. Menurut pemilik Batik Tulis Pusaka Beruang apabila hanya memproduksi batik bermotif 3 negeri saja, maka lama kelamaan konsumen bosan maka untuk mengembangkan produksi dibuat pula motif 4 negeri dengan 4 warna (merah marun, biru, coklat dan ungu) dan Kendoro Mandiri, Semen Romo dan Pasiran. Dengan beragamnya motif batik tulis Pusaka Beruang maka diminati wisata dari Jakarta, Semarang, Surabaya dan kota-kota lain di Indonesia. Selain itu, strategi yang diterapkan juga berupa harga jual yang sesuai dengan daya beli masyarakat.

4.4 Strategi Pengembangan Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu dari pameran ke pameran. Di samping itu banyak wisatawan langsung datang ke toko Batik Tulis Pusaka Beruang untuk membeli Batik Tulis Lasem. Strategi pemasaran terbaru yang diterapkan adalah menggunakan media social (facebook) sebagai salah satu strategis pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

4.5 Analisis SWOT Produksi

4.5.1 Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang.

Analisis faktor internal merupakan proses identifikasi kekuatan serta kelemahan pada produksi batik tulis Pusaka Beruang. David (2015: 60), identifikasi faktor internal suatu perusahaan terdiri atas aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek produksi dan operasi, aspek penelitian dan pengembangan, dan aspek analisis rantai nilai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Batik Pusaka Beruang tentang faktor internal pada produksi batiknya adalah seperti di bawah ini:

> "Kita mempunyai lokasi strategis, pergaulan, komunikasi, lokasi kita pinggir jalan, harga kita bersaing, kita mengutamakan kepuasan pelanggan. Dari usaha ini, kita punya SDM yang terampil dan berpengalaman karena mereka sudah turun-temurun punya keahlian membatik. Dari keahlian yang bagus itu, saya buatkan pedoman bagaimana cara mereka seharusnya menghasilkan batik yang lebih berkualitas dengan desain dan model yang saya buat"

Ditambahkan keterangan oleh pemilik usaha Batik Pusaka Beruang tentang modal dan tempat produksi seperti di bawah ini:

> "Modal ndak jadi masalah bahkan mampu mendukung produksi dengan baik, ditambah lagi kita punya tempat yang strategi baik untuk penjualan maupun pembuatan batiknya"

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis faktor internal yang mencakup aspek manajemen, maka produksi batik tulis Pusaka Beruang memiliki faktor kekuatan dan kelemahan. Faktor internal yang menjadi kekuatan bagi produksi batik tulis Pusaka Beruang yaitu meliputi:

1. SDM yang terampil dan berpengalaman

2. Tempat produksi yang strategis
3. Terdapat SOP sebagai Pedoman Produksi
4. Kualitas Batik yang Baik
5. Modal besar untuk pengembangan usaha

Guna memperoleh informasi tentang faktor internal yang menjadi kelemahan bagi produksi batik tulis Pusaka Beruang peneliti melakukan wawancaea kepada pemilik usaha dengan hasil seperti di bawah ini:

> "kalau itu sih dari cuaca, jadi kalau cuaca tidak baik nanti produksi atau hasil batiknya juga kurang baik/lama prosesnya. Terus loyalitas karyawan juga kurang, jadi banyak yang nggak menghargai desain motif yang sudah ada dan menjadi ciri khas disini"

Hal yang sama juga diungkapkan oleh karyawan batik tulis Pusaka Beruang seperti dalam wawancara di bawah ini:

> "yang mempengaruhi produksi batik sih lebih ke cuaca yang kadang tidak mendukung. Kita njemurnya kan dibawah matahari langsung lha kalau tidak ada panas ya batiknya gak jadi-jadi. Disini juga belum punya tempat mengolah limbah"

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis faktor internal yang menjadi kelemahan bagi produksi batik tulis Pusaka Beruang yaitu meliputi:

1. Tidak adanya pengolahan limbah batik
2. Kesadaran karyawan kurang untuk melindungi ide, ciptaan, dan motif batik.
3. Cuaca yang Mempengaruhi Proses Produksi

4.5.2 Aspek Internal Produksi (Matrik IFAS)

Matriks IFAS digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan mengklasifikasikannya menjadi kekuatan dan kelemahan bagi strategi produksi Batik Tulis Pusaka Beruang, kemudian dilakukan pembobotan dan peratingan. Penetapan bobot dilakukan dengan pihak pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dan karyawannya melalui kuesioner. Pemberian bobot pada setiap faktor berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

Penentuan rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 *(outstanding)* sampai dengan 1 *(poor),* berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi skor mulai dari +1 dampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Misalnya, jika kelemahan usaha besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, skornya adalah 1, sedangkan jika kelemahan usaha dibawah rata-rata industri skornya adalah 4 (Rangkuti, 2014:27). Berikut ini tabel tentang skor bobot dan rating dari faktor-faktor internal:

Tabel 4.1 Analisis Matrik IFAS Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang

No	Faktor internal	Rating	Bobot	Skor Bobot
	Kekuatan			
1.	SDM yang terampil dan berpengalaman	**4**	**0,123**	**0,49**
2.	Tempat produksi yang strategis	**3,5**	**0,127**	**0,44**
3.	Terdapat SOP sebagai Pedoman Produksi	**3**	**0,137**	**0,40**
4.	Kualitas Batik yang Baik	**4**	**0,091**	**0,36**
5.	Modal besar untuk pengembangan usaha	**3**	**0,127**	**0,38**
	Kelemahan			
1.	Tidak adanya pengolahan limbah batik	**1**	**0,146**	**0,14**
2.	Kesadaran karyawan kurang untuk melindungi ide, ciptaan, dan motif batik.	**2**	**0,119**	**0,23**
3.	Cuaca yang mempengaruhi proses produksi	**2**	**0,132**	**0,26**
	Jumlah		**1,00**	**2,73**

Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang menggambarkan kondisi internal dalam strategi pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang. Kekuatan utama dalam pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,49 adalah SDM yang terampil dan berpengalaman. Kelemahan utama dalam pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,26 adalah cuaca yang mempengaruhi proses produksi.

Analisis faktor-faktor internal menghasilkan angka 2,73. Berdasarkan nilai skor matriks IFE tersebut mengidentifikasikan bahwa faktor internal berada dalam posisi kuat karena berada di atas 2,5 (David, 2006:209). Hal ini mengidentifikasikan bahwa industri Batik Tulis Pusaka Beruang telah mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan dalam memproduksi batik yang menjadi ciri khasnya.

4.5.3 Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang.

Identifikasi faktor-faktor eksternal produksi Batik Tulis Pusaka Beruang menghasilkan peluang dan ancaman. Analisis peluang mengidentifikasi kesenjangan antara tuntutan pasar dan apa yang saat ini tersedia. Salah satu cara untuk mengidentifikasi peluang yang ada adalah mengikuti trend baru dan perubahan dari faktor. Analisis ancaman merupakan upaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang tidak menguntungkan yang mungkin merugikan bisnis. Seperti peluang, ancaman diidentifikasi dengan memantau faktor untuk trend yang relevan dan perubahan pasar.

Peluang dan ancaman yang ada akan mempengaruhi dan menentukan keberhasilan usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dalam menghadapi persaingan usaha. Faktor peluang dan ancaman yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara dari analisis faktor eksternal dalam industri Batik Tulis Pusaka Beruang Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Batik Pusaka Beruang tentang faktor eksternal pada produksi batiknya adalah seperti di bawah ini:

> “ada bantuan dari pemerintah, bantuan modal berupa peralatan lemari, computer, meja gambar, pelatihan manajemen. Kalau pemasok kita sudah punya pemasok tetap”

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis maka dapat diketahui bahwa peluang dalam produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu sebagai berikut:

1. Bantuan Modal dari pemerintah
2. Adanya program pelatihan usaha batik dari pemerintah
3. Adanya relasi dengan pemasok bahan baku

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Batik Pusaka Beruang tentang ancaman pada produksi batiknya adalah seperti di bawah ini:

> "bahan baku harganya naik turun dan kita pakai teknologi sederhana beda dengan pesaing-pesaing kita yang sudah punya peralatan modern untuk membatik"

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis maka dapat diketahui bahwa hal-hal yang menjadi ancaman dalam produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu sebagai berikut:

1. Teknologi produksi masih sederhana
2. Harga bahan baku bersifat fluktuatif

4.5.4 Aspek Eksternal Produksi (Matrik EFAS)

Matriks EFAS akan menganalisis faktor-faktor eksternal pada strategi pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yang terbagi menjadi dua bagian yaitu peluang dan ancaman. Penetapan bobot dilakukan dengan pihak pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dan karyawannya dengan teknik kuesioner dan wawancara. Pemberian bobot pada setiap faktor berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

Penentuan rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding)* sampai dengan 1 *(poor)* berdasarkan pengaruhnya faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian skor rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi skor rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi skor rating +1). Pemberian skor rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika skor ancamannya sangat besar diberi skor rating 1. Sebaliknya jika ancamannya sedikit maka diberi skor ratingnya 4 (Rangkuti, 2014:25).

Berikut ini tabel tentang pembobotan dan peratingan dari faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman terhadap produksi Batik Tulis Pusaka Beruang:

Tabel 4.2 Analisis Matrik EFAS Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang

No	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor Bobot
	Peluang			
1	Bantuan Modal dari pemerintah	**2**	**2**	0,19
2	Adanya program pelatihan usaha batik dari pemerintah	**3,5**	**3,5**	0,21
3	Adanya relasi dengan pemasok bahan baku	**4**	**4**	0,24
	Ancaman			
4.	Teknologi produksi masih sederhana	**3,5**	0,20	0,68
5.	Harga bahan baku bersifat fluktuatif	**3,5**	0,18	0,61
	Jumlah		**1,0**	**3,37**

Faktor peluang dan ancaman merupakan faktor yang menggambarkan kondisi eksternal dalam strategi pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang. Peluang utama dalam pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,24 adalah adanya relasi dengan pemasok bahan baku. Ancaman

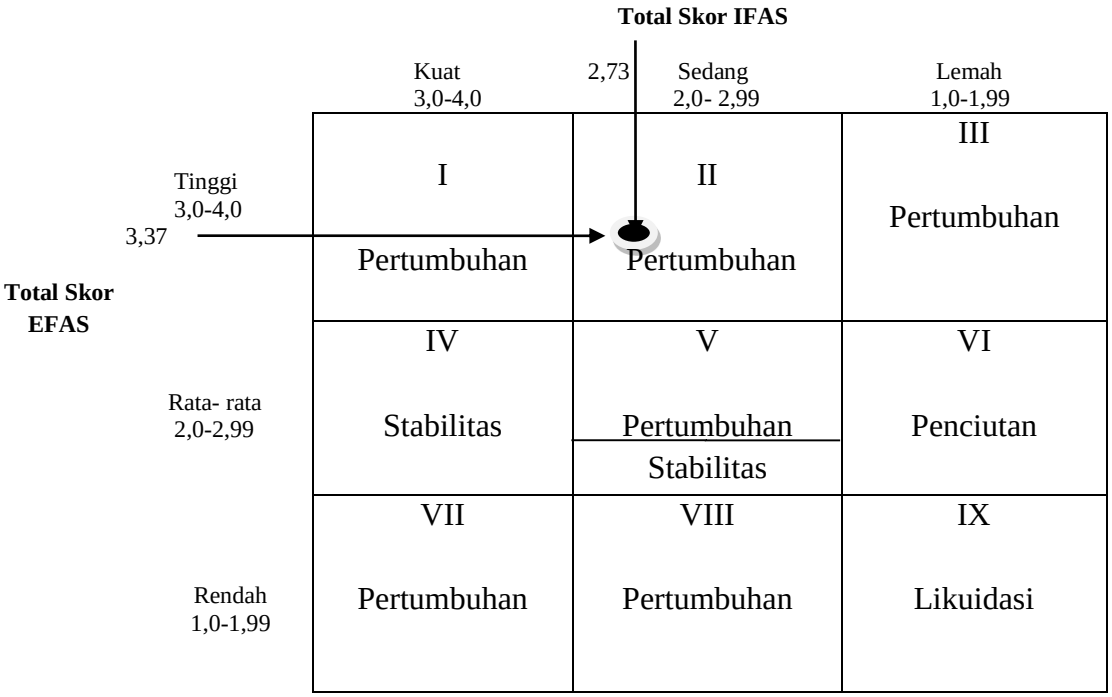
utama dalam pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,68 adalah teknologi produksi masih sederhana.

Analisis faktor-faktor internal menghasilkan angka 3,37. Berdasarkan nilai skor matriks IFE tersebut mengidentifikasikan bahwa faktor eksternal berada dalam posisi kuat karena berada di atas 2,5 (David, 2006:209). Hal ini mengidentifikasikan bahwa industri Batik Tulis Pusaka Beruang telah mampu memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman dalam memproduksi batik tulis.

4.5.5 Strategi Pengembangan Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang.

Berdasarkan perolehan hasil dari Matriks IFAS dan EFAS, maka dapat disusun Matriks IE (*Internal-Eksternal Matrix*) yang dapat memposisikan usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dalam tampilan 9 sel. Pada sumbu *x* dari Matriks IE, skor bobot IFAS produksi batik tulis Pusaka Beruang adalah sebesar 2,73 lebih kecil skor bobot total EFAS sebesar 3,37. Nilai tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor dari eksternal menjadi hambatan strategi pengembangan produksi bagi usaha batik tulis Pusaka Beruang.

Skor bobot total internal (IFAS) sebesar 2,73 dan skor bobot total eksternal (EFAS) sebesar 3,37 menunjukkan pada titik koordinat yang terletak pada daerah kuadran II seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.1. Matriks IE Produksi Batik Tulis Pusaka Beruang

Keterangan:

I : Strategi konsentrasi melalui integritas vertikal

II : strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal

III : Strategi turn around

IV : Strategi stabilisasi

V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal dan stabilisasi

VI : Strategi Divestasi

VII : Strategi Divesifikasi Konsentrik

VIII : Strategi Diversifikasi Konglomerat

IX : Strategi likuiditas/bangkrut

Berdasarkan analisa melalui IE matrix tersebut maka dapat diperoleh bahwa Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang berada pada kuadran II. Dimana pada usaha yang berada pada kuadran ke-2 termasuk perusahaan yang digambarkan sebagai pertumbuhan (Rangkuti, 2014). Perusahaan pada kuadran tersebut sangat cocok untuk menerapkan strategi Integrasi Horisontal.

Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jika, perusahaan tersebut berada dalam industry yang sangat atraktif (sel 2), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit, dengan cara memanfaatkan keuntungan *economics of scale* baik dalam produksi maupun pemasaran. Tujuannya relative lebih defensive, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Perusahaan yang berada di sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri sama.

Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk mengembangkan 4 tipe strategi, yaitu SO (*Strenght-Opportunities),* WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strenght-Threath*), dan WT (*Weakness-Threath*)

yang mengacu pada posisi perusahaan di matriks IE. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut adalah matriks SWOT pengembangan produksi batik tulis Pusaka Beruang yang dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 4.3 Analisis Matrik SWOT Produksi

IFAS / **EFAS**	**Kekuatan/Strenghts (S)**	**Kelemahan/Weakness (W)**
	1. SDM yang terampil dan berpengalaman 2. Tempat produksi yang strategis 3. Terdapat SOP sebagai Pedoman Produksi 4. Kualitas Batik yang Baik 5. Modal besar untuk pengembangan usaha	1. Tidak adanya pengolahan limbah batik 2. Kesadaran karyawan kurang untuk melindungi ide, ciptaan, dan motif batik. 3. Cuaca yang Mempengaruhi Proses Produksi
Peluang/Opportunity (O) 1. Bantuan Modal dari pemerintah 2. Adanya program pelatihan usaha batik dari pemerintah 3. Adanya relasi dengan pemasok bahan baku	**Strategi S-O** Mengembangkan manajemen pasokan atau *supply management* yang akan meningkatkan hubungan antara perusahaan, supplier dan customer sehingga akan tercapai efisien	**Strategi W-O** Mengambil peluang dukungan pemerintah baik modal maupun pelatihan usaha batik.
Ancaman/Threats (T) 1. Teknologi produksi masih sederhana 2. Harga bahan baku bersifat fluktuatif	**Strategi S-T** Memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan produktivitas	**Strategi W-T** Memberikan kompensasi yang lebih baik kepada karyawan untuk meningkatkan kapasitas produksi

Pada Tabel 4.4 Matriks SWOT di atas menghasilkan beberapa alternatif strategi produksi Batik Tulis Pusaka Beruang, sebagai berikut:

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-O yang tepat bagi usaha Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu mengembangkan manajemen pasokan atau *supply management* yang akan meningkatkan hubungan antara pemilik, supplier dan customer sehingga akan tercapai efisien.

Menurut pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan strategi manajemen pasokan / *supply management* adalah seperti di bawah ini:

> "selama ini belum ada manajemen yang baik untuk membina hubungan baik dengan pemasok bahan baku maupun konsumen. Kita kerjasama ya hanya secara bisnis saja"

Pengembangan manajemen pasokan ini merupakan salah satu faktor yang meningkatkan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang karena pemilik usaha batik akan memiliki rantai pasok terbaik sehingga meningkatkan *value* dalam hal cost/biaya untuk pengembangan produk-produknya terutama produk dengan desain/motif baru dengan merek Pusaka Beruang yang sudah dikenal dengan kualitas baik namun harganya cukup terjangkau. Pemilik usaha batik Tulis Pusaka Beruang harus mengelola hubungan baik dengan para pemasok bahan baku agar memperoleh kualitas bahan baku dengan harga yang terjangkau.

Manajemen pasokan atau *supply management* perlu mempertimbangkan bahwa semua kegiatan mulai dari pemasok, gudang, distributor, sampai ke pengecer berdampak pada biaya produk yang diproduksi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tujuan strategi manajemen pasokan ini adalah agar total biaya dari semua bagian, mulai dari transportasi dan distribusi persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga mengurangi biaya-biaya dalam memproduksi batik tulis Pusaka Beruang.

2. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan. Strategi W-O yang tepat bagi pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu mengambil peluang dukungan pemerintah baik modal maupun pelatihan usaha batik.

Menurut pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan strategi peluang dukungan pemerintah adalah seperti di bawah ini:

> "Ga pernah ada pelatihan secara spesifik. Mereka sudah bisa dari dulu, diajari oleh orang tuanya secara turun menurun. Di awal bekerja, pelatihan sekali itu pun hanya sekedar menyesuaikan dengan jenis pekerjaannya. Jadi mungkin ketika ada pelatihan dari pemerintah akan saya ikutkan beberapa karyawan biar bisa tahu tentang teknik-teknik perbatikan sesuai dengan trend"

Usaha batik tulis Pusaka Beruang merupakan industri UMKM yang sedang gencar-gencarnya mendapat dukungan dari pemerintah baik tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi maupun tingkat Nasional karena perkembangan UMKM dinilai pemerintah membantu meningkatkan Pendapatan Nasional serta dapat mengurangi jumlah pengangguran. Usaha Batik Tulis Pusaka

Beruang dalam mengembangkan produksi tetap memerlukan dukungan pemerintah khususnya pemerintah daerah agar skala industri batik tulis Lasem dapat dikembangkan untuk menangkap peluang pasar yang masih terbuka.

Dukungan pemerintah berupa kebijakan kemudahan dalam pinjaman bagi UMKM, pengadaan event pameran maupun pembinaan dan pelatihan perbatikan/manajemen usaha maupun SDM perlu diikuti setiap pengusaha batik termasuk pemilik batik tulis Pusaka Beruang. Dengan mengikutisertakan karyawan Batik Tulis Beruang dalam kegiatan pelatihan dan pembinaan oleh pemerintah diharapkan akan timbul rasa cinta, menghargai setiap motif dan desain yang dihasilkan oleh pemilik sebagai hasil karya cipta yang harus dilindungi.

3. Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi S-T yang tepat bagi pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan produktivitas.

Menurut pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan strategi teknologi produksi adalah seperti di bawah ini:

> "Proses produksi menggunakan kayu, gledekan kayu, drum besi bekas, kawat untuk penjemuran, bak untuk penampungan air, canting, kompor, wajan. Jadi masih tradisional sekali, belum pakai alat alat modern, hasilnya memang bagus tapi butuh waktu lama. "

Pemilik usaha Batik tulis Pusaka Beruang juga memberikan komentarnya tentang adanya produk mesin batik tulis untuk efisiensi pekerjaan seperti dalam kutipan wawancara di bawah ini:

> "Teknologi mesin batik tulis kalau memang ada, harganya terjangkau dan hasilnya bisa lebih baik atau minimal sama dengan hasil pekerjaan orang tentua perlu dicoba terlebih dahulu. Ya untuk efisiensi waktu, tenaga dan biaya juga"

Pada umumnya, pembuatan batik tulis cenderung lama jika dibandingkan dengan batik-batik lainnya. Pembuatan batik tulis bisa mencapai 1-3 bulan, tergantung dari kerumitan motif corak batik dan juga proses pewarnaannya. Semakin lama waktu pembuatan semakin bagus hasilnya dan hasil kain dari pembuatan yang lama ini mampu bertahan hingga puluhan tahun. Hal ini masih diterapkan oleh usaha Batik Tulis Pusaka Beruang untuk mendapatkan batik dengan kualitas bagus yaitu dengan teknologi yang masih sederhana seperti kompor, canting, pelorotan secara manual.

Pemilik batik tulis Pusaka Beruang untuk efisiensi waktu dan memperoleh kapasitas produksi yang besar perlu mengganti teknologi sederhana menjadi teknologi modern seperti dengan membeli mesin pelorot lilin yang mampu meningkatkan produksi batik hingga 20%. Selain itu dengan kemampuan modal yang besar, pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dapat mengupayakan pembelian mesin batik tulis atau Butimo yang merupakan inovasi dari dosen Departemen Teknik Mesin dan Industri Fakultas Teknik UGM. Mesin batik tulis ini mampu menghemat waktu proses

pembatikan dari yang biasanya dengan proses pembatikan manual membutuhkan waktu 6 jam bisa dipersingkat hanya 3 jam saja.

Keunggulan lain dari mesin batik tulis ini yaitu mampu menghemat penggunaan malam untuk pembatikan. Jika pembatikan manual membutuhkan 88 gram maka pembatikan dengan mesin ini hanya memerlukan 57 gram malam saja. Sementara untuk ketembusan malam juga lebih terjaga yaitu 0,21 mm. Sedangkan dengan pembatikan manual ketembusan mencapai 0,11 mm. Mesin batik ini mampu melakukan proses nglowongi, nemboki, nyeceki, nitiki, nglatari, dan mbironi pada selembar kain batik berukuran standar 1,15 m x 2,5 m atau lebih besar sesuai ukuran meja mesin.

4. Strategi W-T

Strategi yang diterapkan ke dalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Karena dalam kondisi ini, organisasi yang sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal dangan ancaman dari luar juga akan menyerang. Bila tidak mengambil strategi yang tepat, maka kondisi ini bisa berdampak buruk bagi citra dan eksistensi organisasi ke depan.

Menurut pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan strategi loyalitas karyawan adalah seperti di bawah ini:

> "Mereka sistemnya borongan. Satu hari rata rata pekerja dapat 40-70 rb. Tapi disini bebas kerjanya, Kalau sibuk ya berhenti, kalau masuk ya masuk. Ga nentu, fleksibel terserah meraka. Soalnya terkadang mereka ada kegiatan. Kalau ada kondangan ya libur, kalau ga ada kegiatan ya masuk"

Pemilik usaha Batik tulis Pusaka Beruang juga memberikan komentarnya tentang strategi mempertahankan loyalitas karyawan seperti dalam kutipan wawancara di bawah ini:

> "strategi itu bagus seperti dengan kompensasi atau intensif tambahan kepada karyawan yang memiliki kinerja baik, memberikan bonus lembur tapi ya itu untuk penilaian kinerja hanya bisa diterapkan setahun sekali, yang kinerjanya bagus dapat intensif. Kalau lembur tidak bisa karena sistemnya borongan, semakin banyak waktu untuk bekerja, hasilnya juga banyak"

Strategi W - T yang tepat bagi pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu memberikan kompensasi yang lebih baik kepada karyawan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi serta melindungi motif dan desain batik. Sebagaimana hasil penelitian ini menemukan bahwa pendapatan karyawan bagian produksi batik secara borongan yang rata-rata per hari masih di bawah Rp. 100.000 dan dinilai masih rendah oleh karyawan. Oleh karena itu, pemilik perlu memberikan kompensasi atau intensif tambahan kepada karyawan yang memiliki kinerja baik, memberikan bonus lembur ketika terdapat pesanan banyak sehingga akan membuat para karyawan loyal terhadap pemilik batik tulis Pusaka Beruang.

Karyawan yang merasa dihargai dengan adanya kompensasi/intensif/bonus tambahan ini diharapkan dapat meningkatkan produksi dan kualitas produk batik tulis Pusaka Beruang. Karyawan yang lebih loyal cenderung akan menjaga dan melindungi motif dan desain batik tulis Pusaka Beruang seperti hasil karyanya sendiri. Strategi ini sangat

penting diterapkan agar motif dan desain batik tulis Pusaka Beruang tidak ditiru oleh para pesaing dan menjadi ciri khas.

4.6 Analisis SWOT Pemasaran

4.6.1 Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang.

Identifikasi faktor lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang. Untuk mengetahui secara pasti kekuatan dan kelemahan tersebut, hasil idntifikasi kekuatan dan kelemahan kemudian didiskusikan pada setiap bagian industri.

Menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan kekuatan dan kelemahan pamasaran batiknya adalah sebagai berikut:

> "lokasi strategis sehingga pembeli mudah kesini, pergaulan, komunikasi, lokasi kita pinggir jalan, harga kita bersaing, kita mengutamakan kepuasan pelanggan. Kalau kelemahannya seperti kita belum bisa memasarkan secara online, produk kita untuk kelas menengah keatas dan hanya punya satu cabang saja "

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis faktor internal yang mencakup aspek manajemen pemasaran menjadi faktor kekuatan pemasaran batik tulis Pusaka Beruang adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan kepada konsumen yang ramah
2. Lokasi usaha yang strategi dan mudah dijangkau pembeli
3. Merek sudah banyak dikenal masyarakat
4. Adanya saluran distribusi pemasaran
5. Mengutamakan kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis faktor internal yang mencakup aspek manajemen pemasaran menjadi faktor kelemahan pemasaran batik tulis Pusaka Beruang adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran online kurang optimal
2. Harga belum terjangkau semua golongan
3. Hanya memiliki satu cabang

4.6.2 Aspek Internal Pemasaran

Matriks evaluasi internal, digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan pemasaran batik tulis Pusaka Beruang. Untuk menentukan nilai evaluasi internal, peneliti menilai seputar aspek pemasaran. Berdasarkan analisis penilaian lingkungan internal terhadap pemasaran batik tulis Pusaka Beruang, maka matriks IFAS dapat dijabarkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4 Analisis Matrik IFAS Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang

No	Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor Bobot
	Kekuatan			
1.	Pelayanan kepada konsumen yang ramah	4	0,115	0,46
2.	Lokasi usaha yang strategi dan mudah dijangkau pembeli	4	0,1415	0,566
3.	Merek sudah banyak dikenal masyarakat	4	0,115	0,46
4.	Adanya saluran distribusi pemasaran	3	0,1195	0,359
5.	Mengutamakan kepuasan pelanggan	4	0,124	0,496
	Kelemahan			
1.	Pemasaran online kurang optimal	1,5	0,1415	0,212
2.	Harga belum terjangkau semua golongan	2	0,102	0,204
3.	Hanya memiliki satu cabang	1,5	0,1415	0,212
	Jumlah	**24**	**1**	**2,97**

Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang menggambarkan kondisi internal dalam strategi pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka

Beruang. Kekuatan utama dalam pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,566 adalah lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau pembeli. Kelemahan utama dalam pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,212 adalah pemasaran online kurang optimal dan hanya memiliki 1 cabang.

Analisis faktor-faktor internal menghasilkan angka 2,97. Berdasarkan nilai skor matriks IFE tersebut mengidentifikasikan bahwa faktor internal berada dalam posisi kuat karena berada di atas 2,5 (David, 2006:209). Hal ini mengidentifikasikan bahwa industri Batik Tulis Pusaka Beruang telah mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan dalam memasarkan batik yang menjadi ciri khasnya.

4.6.3 Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang.

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui apa saja yang menjadi peluang dan ancaman usaha yang selanjutnya diwaspadai dan dihindari oleh usaha Batik Tulis Pusaka Beruang. Hasil analisis faktor eksternal mencakup faktor peluang dan faktor ancaman.

Menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan peluang pamasaran batiknya adalah sebagai berikut:

> "kita selalu rutin ikut pameran yang diadakan pemerintah. Pasar kita juga luas mulai dari Jakarta, semarang, Surabaya, bandung, medan, tapi medan jarang sekali karena terlalu beresiko dan mahal diongkos. Tapi kita sangat terbantu dengan adanya layanan pengiriman paket ditambah lagi banyak wisatawan yang ke Rembang membeli batik untuk oleh-oleh"

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis terhadap faktor eksternal maka yang menjadi peluang dalam pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang adalah sebagai berikut:

1. Pangsa pasar luas
2. Adanya kemitraan dengan agen pengiriman
3. Adanya dukungan pemerintah
4. Meningatnya kesadaran masyarakat untuk memakai batik
5. Meningkatnya jumlah wisatawan di Rembang

Hasil wawancara dengan pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang terkait dengan ancaman pamasaran batiknya adalah sebagai berikut:

> "sekarang ini kan sedang trend belanja online sedangkan kita belum bisa mengikuti itu jadi mengancam usaha batik tulis yang masih konvensional seperti ini. Persaingan usaha juga semakin tinggi baik untuk batik tulis di Lasem sendiri maupun di luar daerah"

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis terhadap faktor eksternal maka yang menjadi ancaman dalam pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang adalah sebagai berikut:

1. Persaingan usaha batik tulis tinggi
2. Adanya aplikasi *shopping online*

4.6.4 Aspek Eksternal Pemasaran

Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS) merupakan matriks guna mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Evaluasi tersebut berupa aspek pemasaran untuk menyimpulkan peluang dan ancaman dari usaha Batik Tulis Pusaka Beruang. Pembobotan matriks EFAS diukur menggunakan faktor yang paling krusial berhubungan dengan eksternal perusahaan, dimana pembobotan didapat dari analisis dengan narasumber baik pemilik maupun karyawan dalam mengidentifikasi lingkungan eksternal industri batik tulis. Berdasarkan analisis penilaian lingkungan eksternal terhadap pemasaran, maka matriks EFAS usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dapat dijabarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Analisis Matrik EFAS Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang

No	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor Bobot
	Peluang			
1.	Pangsa pasar luas	3,5	0,143	0,501
2.	Adanya kemitraan dengan agen pengiriman	4	0,137	0,548
3.	Adanya dukungan pemerintah	4	0,149	0,596
4.	Meningatnya kesadaran masyarakat untuk memakai batik	4	0,155	0,620
5.	Meningkatnya jumlah wisatawan di Rembang	4	0,137	0,548
	Ancaman			
1.	Persaingan usaha batik tulis tinggi	2,5	0,143	0,358
2.	Adanya aplikasi *shopping* online	1,5	0,137	0,206
	Jumlah	**23,50**	**1,00**	**3,38**

Faktor peluang dan ancaman merupakan faktor yang menggambarkan kondisi eksternal dalam strategi pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang. Peluang utama dalam pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,620 adalah meningkatnya kesadaran masyarakat untuk

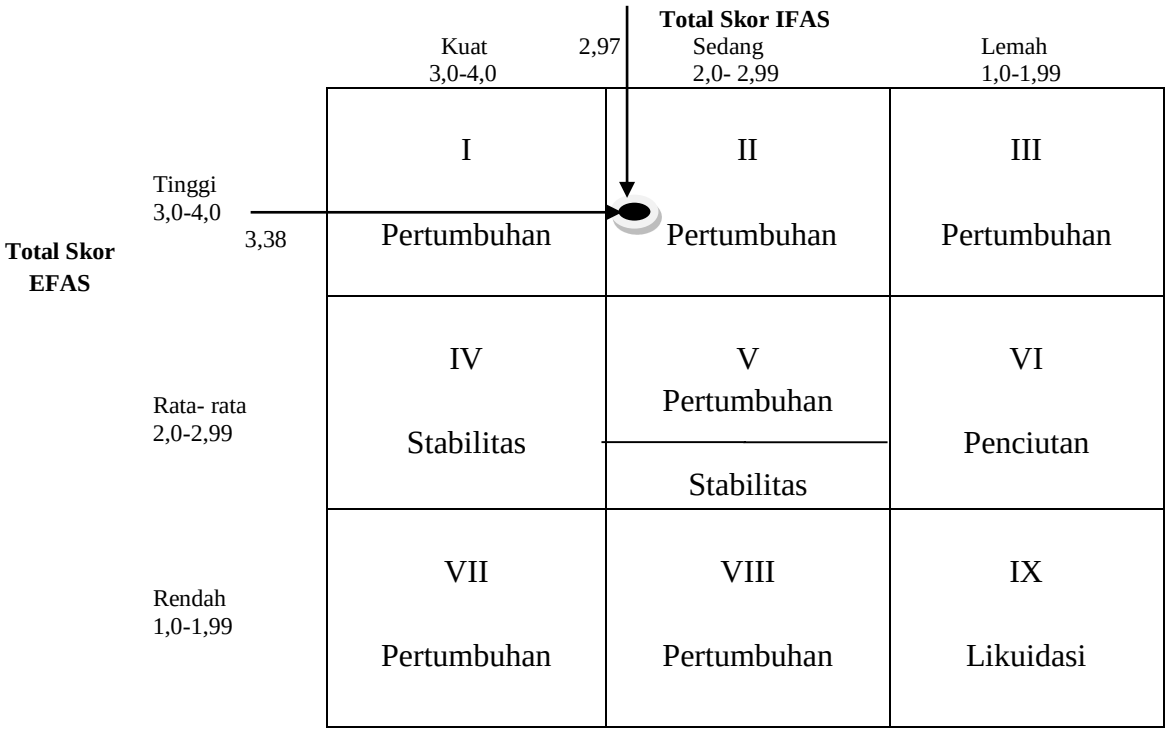
memakai batik. Ancaman utama dalam pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang dengan skor tertinggi 0,358 adalah persaingan usaha batik tulis tinggi.

Analisis faktor-faktor internal menghasilkan angka 3,38. Berdasarkan nilai skor matriks EFAS tersebut mengidentifikasikan bahwa faktor eksternal berada dalam posisi kuat karena berada di atas 2,5 (David, 2006:209). Hal ini mengidentifikasikan bahwa industri Batik Tulis Pusaka Beruang telah mampu memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman dalam memproduksi batik tulis.

4.6.5 Strategi Pengembangan Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang

Berdasarkan perolehan hasil dari Matriks IFAS dan EFAS, maka dapat disusun Matriks IE (*Internal-Eksternal Matrix*) yang dapat memposisikan usaha Batik Tulis Pusaka Beruang dalam tampilan 9 sel. Pada sumbu *x* dari Matriks IE, skor bobot IFAS pemasaran batik tulis Pusaka Beruang adalah sebesar 2,97 lebih kecil skor bobot total EFAS sebesar 3,38. Nilai tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor dari eksternal menjadi hambatan strategi pengembangan pemasaran bagi usaha batik tulis Pusaka Beruang.

Skor bobot total internal (IFAS) sebesar 2,97 dan skor bobot total eksternal (EFAS) sebesar 3,38 menunjukkan pada titik koordinat yang terletak pada daerah kuadran II seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.2. Matriks IE Pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang

Keterangan:

I : Strategi konsentrasi melalui integritas vertikal

II : strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal

III : Strategi turn around

IV : Strategi stabilisasi

V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal dan stabilisasi

VI : Strategi Divestasi

VII : Strategi Divesifikasi Konsentrik

VIII : Strategi Diversifikasi Konglomerat

IX : Strategi likuiditas/bangkrut

Berdasarkan analisa melalui IE matrix tersebut maka dapat diperoleh bahwa Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang berada pada kuadran II. Dimana pada usaha

yang berada pada kuadran ke-2 termasuk perusahaan yang digambarkan sebagai pertumbuhan (Rangkuti, 2014). Perusahaan pada kuadran tersebut sangat cocok untuk menerapkan strategi konsentrasi melalui integrasi Horisontal. Strategi pertumbuhan melalui strategi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk.

Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(strengts)* dan peluang *(opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(weakness)* dan ancaman *(threats)*. Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk mengembangkan 4 tipe strategi, yaitu SO (*Strenght-Opportunities),* WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strenght-Threath*), dan WT (*Weakness-Threath*) yang mengacu pada posisi perusahaan di matriks IE. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang

dimilikinya. Berikut adalah matriks SWOT pengembangan pemasaran Batik Pusaka Beruang yang dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.3 Analisis Matrik SWOT Pemasaran

IFAS / **EFAS**	**Kekuatan/Strenghts (S)** 1. Pelayanan kepada konsumen yang ramah 2. Lokasi usaha yang strategi dan mudah dijangkau pembeli 3. Merek sudah banyak dikenal masyarakat 4. Adanya saluran distribusi pemasaran 5. Mengutamakan kepuasan pelanggan	**Kelemahan/Weakness (W)** 1. Pemasaran online kurang optimal 2. Harga belum terjangkau semua golongan 3. Hanya memiliki satu cabang
Peluang/Opportunity (O) 1. Pangsa pasar luas 2. Adanya kemitraan dengan agen pengiriman 3. Adanya dukungan pemerintah 4. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memakai batik 5. Meningkatnya jumlah wisatawan di Rembang	**Strategi S-O** Memperluas pasar dengan melakukan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend.	**Strategi W-O** Memperluas pasar dengan membuka cabang di sekitar lokasi wisata Rembang dan luar kota Rembang
Ancaman/Threats (T) 1. Persaingan usaha batik tulis tinggi 2. Adanya aplikasi *shopping online*	**Strategi S-T** Meningkatkan promosi secara online (pembuatan website) dan offline (pemberian diskon, kartu member maupun pembayaran bertempo)	**Strategi W-T** Mempertahankan kualitas produk dengan harga yang sesuai pangsa pasar.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas diketahui bahwa alternatif-alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan dari pemasaran batik Pusaka Beruang. Pengembangan strategi bersaing bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan faktor eksternal, yang sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada.

Alternatif strategi pengembangan pemasaran batik Pusaka Beruang yang dihasilkan dari matriks SWOT antara lain (1) memperluas pasar dengan melakukan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend; (2) memperluas pasar dengan membuka cabang di sekitar lokasi wisata Rembang dan luar kota Rembang; (3) meningkatkan promosi secara *online* (pembuatan website) dan *offline* (pemberian diskon, kartu member maupun pembayaran bertempo); dan (4) mempertahankan kualitas produk dengan harga yang sesuai pangsa pasar.

Untuk lebih jelasnya beberapa alternatif strategi pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Strategi S-O**

   Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Strategi S-O yang tepat bagi usaha pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu

memperluas pasar dengan melakukan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend.

Alternatif strategi pengembangan pemasaran batik Pusaka Beruang terkait dengan strategi perluasan pasar menurut pemilik usaha batik Pusaka Beruang seperti di bawah ini:

> "selama ini kita memasarkan batik khas Lasem. Kebutuhan akan batik yang terus meningkat tampaknya memang perlu mengikuti permintaan masyarakat dengan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend "

Pemilik usaha Batik Tulis Pusaka Beruang perlu melakukan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend sebagai upaya memperluas pasar. Hal ini dikarenakan saat ini trend mode fashion telah berkembang pesat sehingga banyak bermunculan inovasi-inovasi baru yang semakin memperkaya keaneka ragaman baik corak, warna maupun tampilan desainnya. Salah satu trend fashion yang baru *hits* di masyarakat adalah batik modern yang sangat digemari dan telah memikat hati masyarakat karena mengedepankan pada varian desain *modern,* dan selalu mengikuti trend perkembangan zaman.

2. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan. Strategi W-O yang tepat bagi pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu memperluas pasar dengan membuka cabang di sekitar lokasi wisata Rembang dan luar kota Rembang.

Alternatif strategi pengembangan pemasaran batik Pusaka Beruang terkait dengan strategi lokasi menurut pemilik usaha batik Pusaka Beruang seperti di bawah ini:

> "kita belum punya cabang karena belum berani berspekulasi. Memang kita mempunyai lokasi strategis, pergaulan, komunikasi, lokasi kita pinggir jalan, harga kita bersaing, kita mengutamakan kepuasan pelanggan. Jika dengan membuka cabang di Rembang atau kota lain memang bisa meningkatkan penjualan bisa dipertimbangkan dengan survey lokasinya dulu"

Usaha batik Tulis Pusaka Beruang dalam hal ini sudah dapat dikatakan berjalan dengan baik dengan kapasitas produksi mencapai ribuan dalam sebulan sehingga sangat tepat jika menerapkan strategi perluasan pasar dengan membuka cabang di sekitar lokasi wisata maupun diluar kota Rembang. Pembukaan cabang di sekitar lokasi wisata akan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan karena wisatawan akan lebih mudah membeli oleh-oleh kain batik tulis Lasem.

Pembukaan cabang ke wilayah di luar Kabupaten Rembang juga perlu dilakukan untuk mencari pelanggan baru yang potensial mengingat merek batik Tulis Pusaka Beruang sudah dikenal masyarakat umum hingga keluar Kabupaten. Dalam hal ini, pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang harus melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk menentukan daerah mana yang akan menjadi target pasar dengan memilih lokasi strategis untuk memasarkan produk kepada pelanggan baru sedekat mungkin.

3. Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi S-T yang tepat bagi pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu meningkatkan promosi secara *online* (pembuatan website) dan *offline* (pemberian diskon, kartu member maupun pembayaran bertempo).

Alternatif strategi pengembangan pemasaran batik Pusaka Beruang yang sudah peneliti dapatkan kemudian dilakukan konfirmasi melalui wawancara dengan pemilik usaha batik Pusaka Beruang seperti di bawah ini:

> "promosi dengan online memang bagus untuk jaman sekarang ini. Jadi bisa eksis baik pasar lokal baik itu transaksi maupun digital saya akan pakai online, rencananya gitu"
> Promosi batik pusaka beruang selama ini yaitu pada saat ada konsumen

yang membeli produknya dengan harapan konsumen tersebut juga melakukan promosi yang sama atau menyampaikan tentang kualitas dan harga batik Pusaka Beruang yang dapat dijangkau pembeli. Promosi tersebut menurut peneliti masih sangat sederhana dan kurang maksimal karena tidak bisa menjangkau calon konsumen secara luas dan jumlah konsumen yang mengetahui produk batik Pusaka Beruang melalui promosi tersebut sangat terbatas. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi pemasaran yang lebih efektif dengan tujuan untuk mengenalkan produk batik Pusaka Beruang kepada masyarakat, serta menarik masyarakat untuk menggunakan produk batik Pusaka Beruang.

Strategi pemasaran secara online dan offline ini merupakan upaya mengatasi ancaman karena tingginya persaingan usaha batik tulis dan maraknya aplikasi *shopping online*. Strategi pemasaran secara online perlu ditingkatkan oleh pemilik melalui pembuatan website toko, mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti instagram, whatsApp, dan facebook karena usaha saat ini menuntut untuk memasuki dunia bisnis ke pemasaran online. Sudah banyak bukti toko kecil kemudian beralih menjadi besar saat ia berhasil memanfaatkan teknologi dan sistem pemasaran *online.* Dengan media dan strategi online marketing yang baik, maka usaha batik tulis Pusaka Beruang bisa meningkatkan penjualan tanpa batasan ruang dan waktu.

Pemasaran secara *offline* juga perlu ditingkatkan oleh pemilik usaha batik Tulis Pusaka Beruang dengan cara pemberian diskon, kartu member maupun pembayaran bertempo. Strategi ini dilakukan kepada konsumen maupun pelanggan lama yang membeli batik dalam jumlah banyak atau berkelanjutan sehingga akan membina hubungan baik dengan konsumen dan pelanggan. Konsumen dan pelanggan yang mendapatkan kartu member, diskon maupun pembayaran bertempo cenderung akan kembali membeli produk batik di tempat yang sama.

4. Strategi W-T

Strategi yang diterapkan ke dalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi W-T yang tepat bagi pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu mempertahankan kualitas produk dengan harga yang sesuai pangsa pasar.

Alternatif strategi pengembangan pemasaran batik Pusaka Beruang terkait dengan harga dan kualitas menurut pemilik usaha batik Pusaka Beruang adalah seperti di bawah ini:

> "Kualitas bahan baku yang digunakan yang terbaik. Karena kita tidak berani memakai bahan baku yang jelek, karena takut mempengaruhi kualitas produk. Ini yang berpengaruh ke harga batiknya, semakin bagus kualitasnya akan semakin mahal. Tapi kalau strategi harga dan kualitas produk dapat memajukan usaha saya ya akan saya terapkan dengan baik misalnya dengan mencari pemasok bahan baku dengan harga lebih rendah tapi yang kualitasnya sama.

Pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang perlu mempertahankan harga sesuai dengan kualitas batik yang dihasilkan. Konsumen yang memahami tentang batik akan paham tentang kualitas batik sehingga dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan lainnya juga akan dibeli karena batik berkualitas memiliki kerumitan dan semakin banyak warna yang digunakan, maka akan semakin lama proses pembuatana dan semakin tinggi harga jualnya.

Strategi mempertahankan kualitas produk dengan harga dapat dilakukan dengan meminimalkan biaya produksi seperti menekan biaya bahan baku dengan mencari pemasok yang menawarkan bahan baku dengan harga relatih lebih rendah namun kualitas sama sehingga harga batik hasil produksinya dapat bersaing dengan produk pesaing. Dengan mempertahankan harga dan kualitas produk Batik Pusaka Beruang maka loyalitas konsumen tetap terjaga.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha batik tulis Pusaka Beruang, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan identifikasi kondisi internal dan eksternal produksi pada usaha Batik Tulis Pusaka Beruang, dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama terletak pada SDM yang terampil dan berpengalaman sedangkan kelemahan utama yaitu terletak pada cuaca yang mempengaruhi proses produksi. Sedangkan identifikasi kondisi eksternal menghasilkan bahwa peluang utama yaitu adanya relasi dengan pemasok bahan baku dan ancaman utama berupa teknologi produksi masih sederhana.
2. Berdasarkan identifikasi kondisi internal dan eksternal pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang, dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama terletak pada lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau pembeli dengan kelemahan utama yaitu pemasaran online kurang optimal dan hanya memiliki 1 cabang. Sedangkan identifikasi kondisi eksternal menghasilkan bahwa peluang utama pemasaran yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memakai batik dan ancaman utama berupa persaingan usaha batik tulis tinggi.
3. Perumusan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT dihasilkan empat alternatif pengembangan produksi Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu

(a) Mengembangkan manajemen pasokan atau *supply management* yang akan meningkatkan hubungan antara perusahaan, supplier dan customer sehingga akan tercapai efisien; (b) Mengambil peluang dukungan pemerintah baik modal maupun pelatihan usaha batik; (c) Membeli peralatan yang modern untuk meningkatkan produktivitas; dan (d) Memberikan kompensasi yang lebih baik kepada karyawan untuk meningkatkan kapasitas produksi.

4. Perumusan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT dihasilkan empat alternatif pengembangan pemasaran Batik Tulis Pusaka Beruang yaitu (a) Memperluas pasar dengan melakukan inovasi desain, motif dan corak batik fashion yang sedang trend; (b) Memperluas pasar dengan membuka cabang di sekitar lokasi wisata Rembang dan luar kota Rembang; (c) Meningkatkan promosi secara online (pembuatan website) dan offline (pemberian diskon, kartu member maupun pembayaran bertempo); dan (d) Mempertahankan kualitas produk dengan harga yang sesuai pangsa pasar.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan :

1. Kepada Pemilik Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang

    a. Strategi pengembangan produksi:

        Untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produk pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang perlu menggunakan teknologi modern untuk mempercepat proses pembuatan batik tulis.

    b. Strategi pengembangan pemasaran:

        Pemilik Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang perlu memperluas dan mengembangkan pasar dengan cara menerapkan strategi pemasaran online (pembuatan website toko, mengoptimalkan whatsApp, instagram dan facebook) dan pemasaran offline (memberikan diskon, kartu member dan pembayaran bertempo).

2. Bagi pemerintah

    Pemerintah hendaknya meningkatkan peranannya dalam memberikan informasi teknologi modern dalam usaha perbatikan, baik melalui media massa maupun melalui pelatihan dan pembinaan UMKM batik tulis, untuk meningkatkan pengetahuan pengusaha batik dalam proses pembuatan batik tulis, sehingga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produk batik tulis Lasem.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Anoraga, Pandji. (2011). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

David, Fred.D dan David, Forest R. (2016). *Manajemen Strategik. Edisi 15*. Jakarta: Salemba Empat.

David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis.* Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip dan Kevin Lene Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: CV. Andi Offest.

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Sumber Tentang Metode - metode Baru.* Jakarta: UIP.

Moleong, Lexy.J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Novandari, Weni, 2013, Pemetaan dan Analisis Kompetensi Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan Value Chain, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 12. Nomor 01. Maret 2013 hal: 25-36

Prawirosentono, Suyadi (2007). *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Rahmana. Arief., 2009. Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. Jurnal Teknik Industri Universitas Widyatama

Ramadini, Frida dan Nasution, Inggrita Gusti Sari, 2016. Strategi Pengembangan UKM Batik di Kota Medan. Universitas Negeri Padang

Rangkuti. (2002). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Setyawan, Wahyuniarso Tri D. (2013). Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik Di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Subanar, Harimurti. (2001). *Manajemen Usaha Kecil Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, Sadono. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Edisi Ketiga.* Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Umar, Hussein. (2003). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Pengembangan Usaha Kecil Batik Tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang

---

Pedoman wawancara ini merupakan bahan pertanyaan untuk wawancara dengan para informan yang terkait dengan penelitian. Seluruh pertanyaan yang ditulis tidak disampaikan secara kaku, melainkan sesuai dengan situasi dan kondisi saat melakukan wawancara dan mencatat jawaban secara singkat. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pemilik usaha batik tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang yaitu Bapak Santosa Hartono. Kemudian dilanjutkan dengan tenaga kerja batik tulis Pusaka Beruang.

PANDUAN WAWANCARA

Pemilik Batik Tulis Pusaka Beruang

A. Identitas Informan

1. Nama : Bapak Santoso Hartono
2. Jenis kelamin : Laki - laki
3. Tanggal wawancara : 28 oktober 2019
4. Waktu wawancara : 11.00 WIB
5. Lokasi wawancara : Showroom Karangturi Lasem

B. Daftar Pertanyaan:

Profil Usaha

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha yang bapak miliki?
    - Sejarah berdirinya batik ini saya lahir dikeluarga batik. Tapi pada waktu itu, saya lulus disuruh langsung kerja. Tahun 2000 saya pulang kerumah, nikah. Saya mau membuat batik itu juga susah karena saya tidak tahu dasar dasar batik. Tahun 2001 saya sudah membuat batik tapi gagal, saya membuat batik lagi tepatnya pada tanggal 13 maret 2005. Pada waktu itu sebelumnya ada pelatihan dari dinas. Saya membuat batik terinspirasi dari presiden pak SBY kala itu batik pengganti pakaian resmi jaz.
2. Bagaimana status kepemilikan dari usaha bapak?
    - Kepemilikan hak milik pribadi.
3. Bagaimana perkembangan usaha bapak sejak awal berdiri hingga sampai sekarang ini?
    - Tanggal 13 maret 2005 saya tidak punya modal. Saya pinjam 15 jt dengan 4 karyawan. Tahun sekarang dari belanja bahan baku batik 7,5 jt dilihat sudah bisa menghidupi orang banyak. Dan kalau pameran sekarang sudah bawa berkarung karung, sudah meninbgkat sekali.
4. Menurut bapak, apakah kelemahan atau kekurangan dari usaha ini jika dibandingkan dengan usaha lain?
    - Kita mempunyai lokasi strategis, pergaulan, komunikasi, lokasi kita pinggir jalan, harga kita bersaing, kita mengutamakan kepuasan pelanggan.
5. Menurut bapak, apakah kelebihan atau keunggulan dari usaha ini jika dibandingkan dengan usaha lain?
    - Kelamahannya tidak ada.

6. Adakah bantuan dari pemerintah bagi usaha bapak?
    - Bantuan peralatan lemari,computer, meja gambar, pelatihan manajemen.
7. Apa rencana yang akan bapak lakukan dalam mengembangkan usaha?
    - Bisa eksis baik pasar lokal baik itu transaksi maupun digital. Misal pakai online, rencananya gitu. Kendalannya satu yaitu kalo orang ngerti batik ya enak, kalo orang ga ngerti batik nawarnya ngga kira kira.

Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)

1. Berapa jumlah tenaga kerja yang bapak miliki?
    - Tenaga kerja yang masuk hampir 126 orang. Tetapi jumlah keseluruhan tenaga kerja mencapai 950an.
2. Bagaimana profil tenaga kerja bapak?
    - Kebanyakan tenaga kerja disini pendidikan akhirnya dibawah smp, biasanya ibu rumah tangga yang sudah lama bekerja di perbatikan, ibu ibu kampong. Yang jaga toko lulusan SMA. Saya tidak pernah memegang ijazahnya.
3. Adakah kesulitan dalam mencari tenaga kerja?
    - Tenaga kerja batik it uterus terang tertutup, kalau suatu keran sudah terbuka akan mengalir saja.
4. Adakah pembagian kerja yang jelas bagi masing-masing tenaga kerja?
    - Ada pembagian tenaga kerja yang jelas. Nengkreng, nerusin, nembolok.
5. Berapa biaya rata-rata yang bapak keluarkan untuk tenaga kerja?
    - Borongan. Satu hari rata rata pekerja dapat 40-70 rb.

6. Berapa hari tenaga kerja bekerja?
    - Tergantung sebebas bebasnya dia. Kalau sibuk ya berhenti, kalau masuk ya masuk. Ga nentu, fleksibel terserah meraka. Soalnya terkadang mereka ada kegiatan. Kalau ada kondangan ya libur, kalau gaada kegiatan ya masuk.
7. Adakah kegiatan pelatihan keterampilan bagi tenaga kerja?
    - Ga pernah ada pelatihan. Mereka sudah bisa dari dulu, diajari oleh orang tuanya secara turun menurun.
8. Jika ada, apakah dengan adanya pelatihan berpengaruh bagi usaha bapak?

Modal

1. Berapa modal awal berdirinya usaha bapak?
    - Modalnya 15 jt pinjam koperasi Rukun Santoso.
2. Dari mana sumber modal yang bapak miliki?
    - Uang pribadi dan pinjaman Bank
3. Berapa jumlah investasi usaha bapak sampai dengan saat ini?
    - Sudah dapat banyak (lampiran ada difoto galeri). Bahan baku hamper 1 M, barang jadi hamper 2 M ada, rumah 3, gudang 3.
4. Berapa biaya yang bapak keluarkan untuk membeli bahan baku dalam produksi setiap bulan?
    - (ada di lampiran)
5. Berapa biaya yang bapak keluarkan untuk biaya operasional ?
    - (ada di lampiran)
6. Berapa omset yang bapak peroleh setiap bulan?
    - (ada di lampiran)
7. Apakah bapak melakukan pembukuan?
    - Iya secara sederhana

Bahan Baku

1. Bahan baku apa saja yang dibutuhkan untuk produksi batik tulis?
    - Bahan baku kain mori, suplyernya dari Malang dan Solo. Pewarna sintetis dari Lasem adek saya sendiri sebagai distributor. Malam dari Pekalongan dan Solo. Alat alatnya canting dari Pekalongan.
2. Bagaimana ketersediaan bahan baku?
    - Bahan baku sekarang sudah banyak tersedia dan pengirimannya cepat.
3. Bagaimana cara untuk memperoleh bahan baku?
    - Pesan
4. Adakah kontrak dengan distributor?
    - Ga ada kontrak, tapi kita dikasih limit hutang. Pembayaran bisa dibelakang. Jangka waktu 1-3 bulan.
5. Bagaimana kualitas bahan baku yang bapak gunakan?
    - Kualitas bahan baku yang digunakan yang terbaik. Karena kita tidak berani memakai bahan baku yang jelek, karena takut mempengaruhi kualitas produk.
6. Adakah tawar menawar dalam proses pembelian bahan baku?
    - Ada tawar menawaran dalam pembelian bahan baku. Kalau tidak kita yang rugi.
7. Adakah kendala dalam memperoleh bahan baku, jika terdapat kendala, bagaimana cara mengatasi kendala tersebut ?
    - Kendala tidak ada, karena competitor banyak dan lokasi kita cukup strategis dalam pengiriman barang dekat dengan pemasok.

Produksi

1. Apa saja jenis produk yang sudah bapak pasarkan?
    - Kain sarung, selendang gendong, kain untuk kebaya, kain untuk fashion, untuk seragam, selendang kecil. 2 tahun ini kita sudah menggunakan pewarna alam juga sudah diminati para konsumen.
2. Peralatan apa saja yang bapak gunakan dalam proses produksi?
    - Proses produksi menggunakan kayu, gledekan kayu, drum besi bekas, kawat untuk penjemuran, bak untuk penampungan air, canting, kompor, wajan.
3. Berapa kapasitas produksi setiap bulannya?
    - produksi perbulannya sekitar 2500-3500.
4. Menurut bapak, bagaimana kualitas produk yang dihasilkan?
    - Kualitasnya menengah keatas, karena belum berani membuat yang kualitas paling baik semua. Yaada paling baik, Cuma baru membuat beberapa. Karena harganya sangat mahal.
5. Apakah produk bapak sudah mendapatkan izin dari Dinas terkait?
    - Produk sudah mendapat izin dari pemerintah. Hak merk toko sudah dimiliki.
6. Bagaimana cara bapak dalam mengolah limbah?
    - Limbah ada tempat pembuangannya sendiri. Makanya tiap workshop tidak saya kasih tempat pewarnaan. Saya pakai hanya satu tempat untuk pewarnaan.
7. Adakah kendala dalam melakukan proses produksi, jika ada bagaimana cara mengatasi kendala yang terjadi?
    - Kendala tidak ada.

Pemasaran

1. Bagaimana cara bapak dalam memasarkan produk?
    - Pameran. Dari tamu yang dating, getok tular atau dari mulut ke mulut.
2. Apakah produk sudah dipasarkan ke luar daerah?
    - Kita sering ke Jakarta, semarang, Surabaya, bandung, medan, tapi medan jarang sekali karena terlalu beresiko dan mahal diongkos.
3. Bagaimana proses dan strategi saat menawarkan produk keluar daerah?
    - Pameran.
4. Bagaimana pengalaman saat menawarkan produk keluar daerah?
    - Ya biasa saja. Mudah diterima, karena batik tidak cuman di lasem
5. Mana saja daerah dalam pemasaran produk?
    - Lasem dan kota sekitar
6. Apa saja kendala dalam memasarkan produk?
    - Hampir tidak ada, paling nawarnya yang jauh dari harga
7. Adakah promosi dalam memasarkan produk?
    - Ada system diskon, kalau pembelian dalam jumlah banyak pasti kita kasih diskon.
8. Berapa kisaran harga untuk setiap produk?
    - Kisaran dari harga 150rb-4jt. Kebanyakan saya produksi diharga 500rb.
9. Adakah tawar menawar yang dilakukan saat memasarkan produk?
    - Pasti ada

PANDUAN WAWANCARA

Tenaga Kerja Batik Tulis Pusaka Beruang Di Bidang Produksi

A. Identitas Informan

1. Nama : Ibu Muntasih
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Jabatan : Pembatik
4. Tanggal wawancara : 28 oktober 2019
5. Waktu wawancara : 14.00 WIB
6. Lokasi wawancara : Gudang pembuat batik Karangturi Lasem

B. Daftar Pertanyaan:

1. Sejak kapan bapak/ibu bekerja di batik tulis Pusaka Beruang?
    - Saya disini sejak tahun 2009 mbak
2. Apa tugas bapak/ibu di batik tulis Pusaka Beruang?
    - Tugas saya menggambar pola batik di kain dengan motif yang sama dengan pola yang sudah diberikan oleh pak san mbak, kemudian mengisi pola tersebut dengan warna yang sudah disediakan
3. Menurut bapak/ibu, apa keunggulan dari usaha batik tulis Pusaka Beruang dibanding usaha lainnya?
    - Batik ini batik nomor satu di Lasem mbak dan sudah terkenal, pak san pemilik batik ini juga yang menjadi ketua paguyuban batik tulis lasem

4. Menurut bapak/ibu, adakah kekurangan usaha batik tulis Pusaka Beruang dibanding usaha ainnya?
    - Pak san kurang memperhatikan kami, masalah makan dan ongkos, kadang ongkos tidak sepadan dengan hasil kerjaan kami, kalau ada pesanan kami juga tidak diberi ongkos lebih
5. Apakah tenaga kerja mendapat pelatihan atau pembinaan?
    - Pernah ada mbak, tapi cuman satu kali
6. Apa kendala yang dihadapi dalam pekerjaan bapak/ibu?
    - Kalau saya kan sebagai pembatik mbak, jeleknya disini ada pada malamnya, kadang malamnya kalau digunakan kurang bagus dan agak menggumpal dan cantingnya tidak enak
7. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
    - Ya saya bilang sama pak san mbak
8. Apakah bapak/ibu betah kerja di sini, apa alasannya?
    - Ya betah mbak, karena memang kebutuhan sehari hari, di sini juga temannya banyak
9. Adakah bentuk apresiasi dari pemilik kepada tenaga kerja?
    - Tidak ada mbak

PANDUAN WAWANCARA

Tenaga Kerja Batik Tulis Pusaka Beruang Di Bidang Pemasaran

C. Identitas Informan

1. Nama : Mbak Rita
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Jabatan : Penjaga showroom
4. Tanggal wawancara : 28 oktober 2019
5. Waktu wawancara : 15.00 WIB
6. Lokasi wawancara : Showroom Karangturi Lasem

D. Daftar Pertanyaan:

1. Sejak kapan bapak/ibu bekerja di batik tulis Pusaka Beruang?
    - Sejak tahun 2011 mbak
2. Apa tugas bapak/ibu di batik tulis Pusaka Beruang?
    - Tugas saya dibagian pemasaran mbak yaitu membantu menjual batik, melayani pembeli yang datang kesini
3. Menurut bapak/ibu, apa keunggulan dari usaha batik tulis Pusaka Beruang dibanding usaha lainnya?
    - Keunggulannya disini ya kualitas batiknya bagus sih mbak, pelayanannya juga ramah dan kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan
4. Menurut bapak/ibu, adakah kekurangan usaha batik tulis Pusaka Beruang dibanding usaha ainnya?
    - Kalau kekurangannya disini dibagian pemasaran online mbak, memang kami belum begitu jalan dalam pemasaran onlinenya
5. Apakah tenaga kerja mendapat pelatihan atau pembinaan?

- Kami disini diajari pak san mbak bagaimana melayani pelanggan dengan baik, yang penting kalau pelanggan datang kesini mereka puas dengan pelayanan kami

6. Apa kendala yang dihadapi dalam pekerjaan bapak/ibu?
    - Paling cuman tawar menawar saja mbak, tapi itu juga relative, ada yang sadis nawarnya ada juga yang santai gitu mbak
7. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
    - Ya yang beli dalam jumlah banyak kami kasih diskon mbak, yang penting kami tidak sampai rugi
8. Apakah bapak/ibu betah kerja di sini, apa alasannya?
    - Betah mbak, karena disini kerjanya enak, santai
9. Adakah bentuk apresiasi dari pemilik kepada tenaga kerja?
    - Ada mbak, kadang kalau pelanggan banyak kami dibelikan makanan sama pak san

PANDUAN WAWANCARA

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM

A. Identitas Informan

1. Nama : Indah Sri Maryana
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Jabatan : Pendamping industri
4. Tanggal wawancara : 25 oktober 2019
5. Waktu wawancara : 09.00 WIB
6. Lokasi wawancara : Dinas Perindagkop dan UKM Kab. Rembang

B. Daftar Pertanyaan:

1. Apakah dari pihak pemerintah memberikan pelatihan kepada para pemilik usaha batik tulis Lasem ?
    - Iya. Jadi pelatihan itu tentu ya mbak. Selalu ada pelatihan, apalagi dibidang tupoksi perindustrian itu memang memberikan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat. Tapi, banyak juga sector yang kita latih, akan tetapi untuk batik kuta juga sering memberikan pelatihan mulai dari pelatihan dasar, dari mencanting, mewarnai, mengajari mereka yang belum mengenal batik, juga memberikan pelatihan yang sudah memiliki ukm kita tingkatkan dari segi kualitas, teknlogi, seperti memberikan pelatihan pewarnaan alam, teknik terbaru batik yang sedang diminati pasar itu seperti apa. Kita datangkan narasumber dari luar kota yang sudah memiliki kemampuan istilahnya sudah mumpuni kita datangkan kesini pelaku ikm belajar bersama, memfasilitasi pameran juga dan termasuk juga mengadakan study banding ke

industry atau kelompok wilayah batik yang lebih besar. Pernah ke Cirebon, Yogyakarta. Juga kita dorong bahwa batik itu tidak hanya selembar kain, kita arahkan menuju fashion. Pernah kita kirim pelaku ikm batik itu ikut pelatihan fashion yang diadakan oleh provinsi juga.

2. Apakah dari pihak pemerintah memberikan bantuan modal untuk meningkatkan jumlah produksi ?
    - Kalau bantuan modal, berupa uang dan peralatan itu kita dulu memang itu tupoksi kita mbak salah satu tupoksi kita memberikan hibah. Namun sejak Juni 2015 keluar aturan bahwa memberikan hibah dan bantuan itu harus kepada yang sudah berbadan hokum. Itupun tidak cukup hanya berbadan hukum, mereka harus berbentuk kelompok minimal sudah berjalan 2 tahun baru bisa mengajukan badan hukum dan badan hukum tersebut harus sudah dimiliki selama 2 tahun baru kita bisa memberikan bantuan, jadi prosedurnya lebih sulit. Itupun tidak serta merta kita bisa memberikan, nah setelah itupun harus ada persyaratan lagi bahwa kelompok usaha itu bukan kelompok usaha yang mencari keuntangan atau biasa kita sebut harus kelompok yang nirlaba. Nah itu yang susah mbak, kelompok usaha itu kan pasti orientasinya ke profit. Jadi sejak Juni 2015 itu praktis kita tidak bisa memberikan bantuan bukan berarti pemerintah tidak menyediakan, wadahnya tetap ada tapi persyaratan itulah yang tidak bisa dipenuhi oleh kelompok itu. Jadi, sejak juni 2015 sampai sekarang belum pernah lagi diberikan.

3. Menurut pihak Dinas Perindagkop dan UKM, bagaimana kualitas batik tulis Lasem ?
    - Saat ini batik tulis lasem sudah sangat mengikuti perkembangan jaman yang dulu kita hanya tau motif motif dasar, batik tulis lasem sekarang sudah banyak berinovasi, menyerap masukan dari segi motif, sisi pewarnaan, segi teknik yang digunakan. Apalagi sekarang adanya aksi peduli lingkungan, dulu batik menggunakan pewarna sintetis. Dari situ muncullah batik batik dari luar yang menggunakan teknik pewarnaan alam, kemudian kita menangkap itu sebagai pemacu agar batikt tulis lasem juga menggunakan pewarna alam. Pemerintah memberikan pelatihan teknik pewarnaan alam, teknik pewarnaan alam ini memiliki kendala bahwa teknik ini tidak mudah dan tekniknya lebih susah dibanding dengan teknik sintesis dan peminatnya juga tidak terlalu banyak di rembang. Tapi, kita menangkap ini menjadi peluang pasar. Kemudian untuk teknik yang lain seperti ecoprint yang kita menggunakan dari bahan alam seperti dari daun daunan atau biji bijian yang kita bisa aplikasikan ke kain batik itu juga kita sudah berikan kepada pelaku ikm batik. Jadi harapannya kalau kualitas tentunya setia pengrajin sudah sangat berinovasi dari yang jaman dahulu sampai sekarang sudah sangat mengaplikasikan teknologi dan juga memenuhi permintaan pasar.

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

Kondisi Lingkungan Internal Dan Eksternal Batik Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang Di Bidang Produksi

Kode Responden:

A. Identitas Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Waktu :

Tempat :

B. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING

1. Faktor Internal

PEMBERIAN NILAI PERINGKAT KEKUATAN DAN KELEMAHAN

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (√) pada kolom rating dibawah ini sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Pemberian peringkat mengacu pada keterangan di bawah ini:

Nilai 4 = Jika faktor tersebut adalah kekuatan utama perusahaan

Nilai 3 = Jika faktor tersebut adalah kekuatan kecil perusahaan

Nilai 2 = Jika faktor tersebut adalah kelemahan kecil perusahaan

Nilai 1 = Jika faktor tersebut adalah kelemahan utama perusahaan

No.	Faktor Internal	Rating			
	KEKUATAN	4	3	2	1
1.	Batik tulis Pusaka Beruang memiliki pegawai yang terampil dan berpengalaman				
2.	Batik tulis Pusaka Beruang mempunyai tempat produksi yang strategis sesuai dengan kebutuhan produk				
3.	Batik tulis Pusaka Beruang menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur) dalam menjalankan usaha				
4.	Batik tulis Pusaka Beruang menghasilkan batik yang berkualitas				
5.	Batik tulis Pusaka Beruang mempunyai modal untuk pengembangan usaha				
	KELEMAHAN				
6.	Limbah batik tulis Pusaka Beruang belum bisa diolah menjadi produk yang bernilai				
7.	Kurangnya kesadaran pegawai batik tulis Pusaka Beruang untuk melindungi ide, ciptaan, dan motif batik				
8.	Faktor cuaca yang mempengaruhi proses produksi				

Catatan :

2. Faktor Eksternal

PEMBERIAN NILAI PERINGKAT PELUANG DAN ANCAMAN

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (√) pada kolom rating dibawah ini sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Pemberian peringkat yang ada mengacu pada keterangan di bawah ini :

Nilai 4 = Jika respon pelaku usaha berpengaruh sangat baik

Nilai 3 = Jika respon pelaku usaha baik atau berpengaruh baik

Nilai 2 = Jika respon pelaku usaha cukup atau berpengaruh sedang

Nilai 1 = Jika respon pelaku usaha buruk atau kurang berpengaruh

No	Faktor Eksternal	Rating			
	PELUANG	4	3	2	1
1.	Adanya bantuan modal dari pihak pemerintah				
2.	Adanya program pelatihan untuk pelaku usaha dari pihak pemerintah				
3.	Pelaku usaha memiliki relasi untuk memasok bahan baku				
	ANCAMAN				
4.	Teknologi yang digunakan untuk produksi masih sederhana				
5.	Harga bahan baku batik tulis fluktuatif				

Catatan :

KUESIONER PENELITIAN

Kondisi Lingkungan Internal Dan Eksternal Batik Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang Di Bidang Pemasaran

Kode Responden:

A. Identitas Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Waktu :

Tempat :

B. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING

1. Faktor Internal

PEMBERIAN NILAI PERINGKAT KEKUATAN DAN KELEMAHAN

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (√) pada kolom rating dibawah ini sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Pemberian peringkat mengacu pada keterangan di bawah ini:

Nilai 4 = Jika faktor tersebut adalah kekuatan utama perusahaan

Nilai 3 = Jika faktor tersebut adalah kekuatan kecil perusahaan

Nilai 2 = Jika faktor tersebut adalah kelemahan kecil perusahaan

Nilai 1 = Jika faktor tersebut adalah kelemahan utama perusahaan

No.	Faktor Internal	Rating			
	KEKUATAN	4	3	2	1
1.	Batik Tulis Pusaka Beruang melayani konsumen dengan ramah				
2.	Batik Tulis Pusaka Beruang mempunyai lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau pembeli				
3.	Merek Batik Tulis Pusaka Beruang sudah banyak dikenal masyarakat				
4.	Batik Tulis Pusaka Beruang mempunyai saluran distribusi pemasaran				
5.	Batik Tulis Pusaka Beruang mengutamakan kepuasan pelanggan				
	KELEMAHAN				
6.	Pemasaran online di batik tulis Pusaka Beruang kurang optimal				
7.	Harga batik tulis Pusaka Beruang belum terjangkau oleh semua golongan				
8.	Batik Tulis Pusaka Beruang hanya mempunyai satu cabang				

Catatan :

2. Faktor Eksternal

PEMBERIAN NILAI PERINGKAT PELUANG DAN ANCAMAN

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (√) pada kolom rating dibawah ini sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Pemberian peringkat yang ada mengacu pada keterangan di bawah ini :

Nilai 4 = Jika respon pelaku usaha berpengaruh sangat baik

Nilai 3 = Jika respon pelaku usaha baik atau berpengaruh baik

Nilai 2 = Jika respon pelaku usaha cukup atau berpengaruh sedang

Nilai 1 = Jika respon pelaku usaha buruk atau kurang berpengaruh

No	**Faktor Eksternal**	**Rating**			
	PELUANG	4	3	2	1
6.	Batik tulis Pusaka Beruang memiliki pangsa pasar yang luas				
7.	Adanya kemitraan batik tulis Pusaka Beruang dengan lembaga agen/jasa pengiriman				
8.	Adanya dukungan pemerintah terhadap usaha batik tulis khususnya batik tulis Pusaka Beruang				
9.	Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memakai batik				
10.	Meningkatnya jumlah wisatawan di Kabupaten Rembang				
	ANCAMAN				
11.	Persaingan usaha batik tulis tinggi				
12.	Adanya aplikasi *shopping online* yang mempermudah pembeli membeli barang luar negeri				

Catatan :

Lampiran 3

HASIL PERHITUNGAN ANALISIS SWOT PEMBERIAN BOBOT TERHADAP FAKTOR INTERNAL (KEKUATAN DAN KELEMAHAN) DAN FAKTOR EKSTERNAL (PELUANG DAN ANCAMAN)

Petunjuk:

Pemberian nilai peringkat berdasarkan pada perbandingan antar 2 (dua) kriteria secara relatif berdasarkan kepentingan dan pengaruhnya terhadap usaha Batik Tulis Pusaka Beruang.

Nilai 3 : Jika kriteria (kolom vertikal) lebih penting dari pada suatu kriteria lain (kolom horizontal)

Nilai 2 : Jika kriteria (kolom vertikal) sama penting dari pada suatu kriteria lain (kolom horizontal)

Nilai 1 : Jika kriteria (kolom vertikal) tidak lebih penting dari pada suatu kriteria lain (kolom horizontal)

A. ANALISIS SWOT PRODUKSI

1. Pembobotan Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Responden 1: Pemilik Usaha

	A	B	C	D	E	F	G	H	Jml	bobot
A		2	1	3	2	1	3	3	15	0,128
B	3		1	3	2	1	3	3	16	0,137
C	2	3		1	3	2	2	3	16	0,137
D	1	1	2		1	1	2	2	10	0,085
E	2	2	1	3		2	3	2	15	0,128
F	3	3	3	3	3		1	1	17	0,145
G	1	1	3	2	2	1		3	13	0,111
H	3	2	3	3	1	1	2		15	0,128
									117	1

Responden 2: Karyawan

	A	B	C	D	E	F	G	H	Jml	bobot
A		1	2	3	1	2	2	1	12	0,117
B	2		2	3	1	1	2	1	12	0,117
C	3	3		2	2	1	1	2	14	0,136
D	2	2	1		2	1	1	1	10	0,097
E	1	2	1	2		2	3	2	13	0,126
F	2	2	2	3	3		2	1	15	0,146
G	3	2	1	3	1	2		1	13	0,126
H	2	3	1	2	3	1	2		14	0,136
									103	1

2. Rating Faktor-Faktor Internal

No	Faktor internal	R1	R2	Rating
	Kekuatan			
A	SDM yang terampil dan berpengalaman	4	4	**4**
B	Tempat produksi yang strategis	4	3	**3,5**
C	Terdapat SOP sebagai Pedoman Produksi	3	3	**3**
D	Kualitas Batik yang Baik	4	4	**4**
E	Modal besar untuk pengembangan usaha	3	3	**3**
	Kelemahan			
F	Tidak adanya pengolahan limbah batik	1	1	**1**
G	Kesadaran karyawan kurang untuk melindungi ide, ciptaan, dan motif batik.	2	2	**2**
H	Cuaca yang mempengaruhi proses produksi	2	2	**2**

3. Kekuatan dan Kelemahan IFE

	R1	R2	Jumlah	Rating	Bobot Rerataan	Skor
A	0,128	0,117	0,245	4	0,123	0,49
B	0,137	0,117	0,254	3,5	0,127	0,4445
C	0,137	0,136	0,273	3	0,137	0,4095
D	0,085	0,097	0,182	4	0,091	0,364
E	0,128	0,126	0,254	3	0,127	0,381
F	0,145	0,146	0,291	1	0,146	0,1455
G	0,111	0,126	0,237	2	0,119	0,237
H	0,128	0,136	0,264	2	0,132	0,264
	1	**1,00**	**2,00**		**1,00**	**2,736**

4. Pembobotan Faktor Eskternal (Peluang dan Ancaman)

Responden 1: Pemilik Usaha

	A	B	C	D	E	Jml	bobot
A		**3**	**2**	**1**	**2**	**8**	**0,17**
B	**3**		**2**	**3**	**2**	**10**	**0,21**
C	**3**	**3**		**3**	**3**	**12**	**0,25**
D	**3**	**2**	**3**		**2**	**10**	**0,21**
E	**2**	**3**	**2**	**1**		**8**	**0,17**
						48	**1,00**

Responden 2: Karyawan

	A	B	C	D	E	Jml	bobot
A		**1**	**2**	**2**	**3**	**8**	**0,21**
B	**2**		**2**	**2**	**2**	**8**	**0,21**
C	**3**	**2**		**2**	**2**	**9**	**0,23**
D	**2**	**2**	**1**		**2**	**7**	**0,18**
E	**2**	**1**	**3**	**1**		**7**	**0,18**
						39	**1,00**

5. Rating Faktor-Faktor Eksternal

No	Faktor eksternal	R1	R2	Rating
	Peluang			
A	Bantuan Modal dari pemerintah	1	3	**2**
B	Adanya program pelatihan usaha batik dari pemerintah	4	3	**3,5**
C	Adanya relasi dengan pemasok bahan baku	4	4	**4**
	Ancaman			
D	Teknologi produksi masih sederhana	3	4	**3,5**
E	Harga bahan baku bersifat fluktuatif	4	3	**3,5**

6. Peluang dan Ancaman IFE

	R1	R2	Jumlah	Rating	Bobot Rerataan	Skor
A	**0,17**	**0,21**	0,38	**2**	0,19	0,38
B	**0,21**	**0,21**	0,42	**3,5**	0,21	0,74
C	**0,25**	**0,23**	0,48	**4**	0,24	0,96
D	**0,21**	**0,18**	0,39	**3,5**	0,20	0,68
E	**0,17**	**0,18**	0,35	**3,5**	0,18	0,61
	1	**1,0**	**2,02**	**16,5**	**1,0**	**3,37**

B. ANALISIS SWOT PEMASARAN

1. Pembobotan Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Responden 1: Pemilik Usaha

	A	B	C	D	E	F	G	H	Jml	bobot
A		**2**	**1**	**2**	**3**	**1**	**2**	**1**	**12**	**0,106**
B	2		**3**	**2**	**3**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,124**
C	2	**1**		**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**11**	**0,097**
D	1	**3**	**3**		**2**	**3**	**2**	**2**	**16**	**0,142**
E	3	**1**	**2**	**2**		**2**	**2**	**2**	**14**	**0,124**
F	3	**2**	**2**	**2**	**3**		**3**	**2**	**17**	**0,150**
G	3	**2**	**1**	**3**	**2**	**2**		**1**	**14**	**0,124**
H	3	**1**	**1**	**2**	**3**	**2**	**3**		**15**	**0,133**
									113	**1**

Responden 2: Karyawan

	A	B	C	D	E	F	G	H	Jml	bobot
A		**3**	**2**	**3**	**2**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,124**
B	3		**1**	**3**	**3**	**3**	**2**	**3**	**18**	**0,159**
C	2	**3**		**1**	**3**	**2**	**2**	**2**	**15**	**0,133**
D	1	**1**	**1**		**2**	**2**	**3**	**1**	**11**	**0,097**
E	2	**2**	**2**	**2**		**2**	**2**	**2**	**14**	**0,124**
F	2	**2**	**2**	**2**	**3**		**2**	**2**	**15**	**0,133**
G	2	**2**	**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**9**	**0,080**
H	3	**3**	**2**	**2**	**2**	**2**	**3**		**17**	**0,150**
									113	**1**

2. Rating Faktor-Faktor Internal

No	Faktor internal	R1	R2	Rating
	Kekuatan			
A	Pelayanan kepada konsumen yang ramah	4	4	**4**
B	Lokasi usaha yang strategi dan mudah dijangkau pembeli	4	4	**4**
C	Merek sudah banyak dikenal masyarakat	4	4	**4**
D	Adanya saluran distribusi pemasaran	3	3	**3**
E	Mengutamakan kepuasan pelanggan	4	4	**4**
	Kelemahan			
F	Pemasaran online kurang optimal	2	1	**1,5**
G	Harga belum terjangkau semua golongan	2	2	**2**
H	Hanya memiliki satu cabang	2	1	**1,5**

3. Kekuatan dan Kelemahan IFE

	R1	R2	Jumlah	Rating	Bobot Rerataan	Skor
A	0,106	0,124	0,23	4	0,115	0,46
B	0,124	0,159	0,283	4	0,1415	0,566
C	0,097	0,133	0,23	4	0,115	0,46
D	0,142	0,097	0,239	3	0,1195	0,359
E	0,124	0,124	0,248	4	0,124	0,496
F	0,15	0,133	0,283	1,5	0,1415	0,212
G	0,124	0,08	0,204	2	0,102	0,204
H	0,133	0,15	0,283	1,5	0,1415	0,212
	1	**1**	**2**	**24**	**1**	**2,97**

4. Pembobotan Faktor Eskternal (Peluang dan Ancaman)

Responden 1: Pemilik Usaha

	A	B	C	D	E	F	G	Jml	bobot
A		**1**	**2**	**1**	**2**	**3**	**1**	**10**	**0,119**
B	3		**2**	**1**	**2**	**2**	**2**	**12**	**0,143**
C	3	**3**		**1**	**1**	**1**	**3**	**12**	**0,143**
D	2	**3**	**3**		**2**	**2**	**2**	**14**	**0,167**
E	3	**2**	**1**	**2**		**2**	**2**	**12**	**0,143**
F	3	**2**	**1**	**2**	**1**		**2**	**11**	**0,131**
G	2	**2**	**2**	**2**	**2**	**3**		**13**	**0,155**
								84	**1**

Responden 2: Karyawan

	A	B	C	D	E	F	G	Jml	bobot
A		**2**	**1**	**3**	**2**	**3**	**3**	**14**	**0,167**
B	2		**1**	**2**	**2**	**3**	**1**	**11**	**0,131**
C	3	**2**		**2**	**1**	**3**	**2**	**13**	**0,155**
D	2	**2**	**2**		**2**	**2**	**2**	**12**	**0,143**
E	2	**2**	**1**	**2**		**2**	**2**	**11**	**0,131**
F	1	**2**	**3**	**2**	**2**		**3**	**13**	**0,155**
G	1	**2**	**1**	**3**	**1**	**2**		**10**	**0,119**
								84	**1**

5. Rating Faktor-Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	R1	R2	Rating
	Peluang			
A	Pangsa pasar luas	3	4	**3,5**
B	Adanya kemitraan dengan agen pengiriman	4	4	**4**
C	Adanya dukungan pemerintah	4	4	**4**
D	Meningatnya kesadaran masyarakat untuk memakai batik	4	4	**4**
E	Meningkatnya jumlah wisatawan di Rembang	4	4	**4**
	Ancaman			
F	Persaingan usaha batik tulis tinggi	2	3	**2,5**
G	Adanya aplikasi *shopping* online	1	2	**1,5**

6. Peluang dan Ancaman EFAS

	R1	R2	Jumlah	Rating	Bobot Rerataan	Skor
A	**0,119**	**0,167**	0,286	**3,5**	0,143	0,501
B	**0,143**	**0,131**	0,274	**4**	0,137	0,548
C	**0,143**	**0,155**	0,298	**4**	0,149	0,596
D	**0,167**	**0,143**	0,31	**4**	0,155	0,620
E	**0,143**	**0,131**	0,274	**4**	0,137	0,548
F	**0,131**	**0,155**	0,286	**2,5**	0,143	0,358
G	**0,155**	**0,119**	0,274	**1,5**	0,137	0,206
	1	**1**	**2,00**	**23,50**	**1,00**	**3,38**

Lampiran 4

DATA PENJUALAN BATIK TULIS PUSAKA BERUANG

TAHUN 2016-2018

Data Penjualan Tahun 2016	
Januari	250.000.000
Februari	270.000.000
Maret	350.000.000
April	350.000.000
Mei	300.000.000
Juni	250.000.000
Juli	290.000.000
Agustus	250.000.000
September	310.000.000
Oktober	330.000.000
November	350.000.000
Desember	300.000.000
Jumlah	3.600.000.000

Perhitungan Rugi/Laba 2016	
Kain	450.000.000
Ongkos Pembatik	1.275.000.000
Malam	180.000.000
Warna	270.000.000
Ongkos Warna & Lorot	210.000.000
Makan	216.000.000
SPG	115.200.000
Gaji Tukang Warna	78.000.000
Listrik	9.000.000
Pajak UKM	18.000.000
Sumbangan	72.000.000
THR	180.000.000
Biaya Pameran & Perjalanan	165.000.000
Gaji Pemilik	138.000.000
Jumlah	3.376.200.000
Penjualan Pertahun	3.600.000.000
Laba Kotor	223.800.000

Data Penjualan Tahun 2017	
Januari	290.000.000
Februari	330.000.000
Maret	360.000.000
April	630.000.000
Mei	544.469.000
Juni	436.500.000
Juli	347.000.000
Agustus	335.000.000
September	330.000.000
Oktober	350.000.000
November	370.000.000
Desember	450.000.000
Jumlah	4.772.969.000

Perhitungan Rugi/Laba 2017	
Kain	596.621.125
Ongkos Pembatik	1.690.585.620
Malam	238.648.450
Warna	357.972.675
Ongkos Warna & Lorot	278.264.093
Makan	286.378.140
SPG	152.735.008
Gaji Tukang Warna	105.005.318
Listrik	11.932.423
Pajak UKM	23.864.845
Sumbangan	95.459.380
THR	238.648.450
Biaya Pameran & Perjalanan	218.601.980
Gaji Pemilik	181.372.822
Jumlah	4.476.090.328
Penjualan Pertahun	4.772.969.000
Laba Kotor	298.878.672

Data Penjualan Tahun 2018	
Januari	430.000.000
Februari	630.000.000
Maret	581.818.000
April	645.000.000
Mei	350.000.000
Juni	450.000.000
Juli	350.000.000
Agustus	350.000.000
September	350.000.000
Oktober	350.000.000
November	350.000.000
Desember	447.886.800
Jumlah	5.284.704.800

Perhitungan Rugi/Laba 2018	
Kain	660.588.100
Ongkos Pembatik	1.871.842.440
Malam	264.235.240
Warna	396.352.860
Ongkos Warna & Lorot	308.098.290
Makan	317.082.288
SPG	169.110.554
Gaji Tukang Warna	116.263.506
Listrik	13.211.762
Pajak UKM	26.423.524
Sumbangan	105.694.096
THR	264.235.240
Biaya Pameran & Perjalanan	242.039.480
Gaji Pemilik	200.818.782
Jumlah	4.955.996.161
Penjualan Pertahun	5.284.704.800
Laba Kotor	328.708.639

Lampiran 5

Data Pemilik Usaha Batik di Kabupaten Rembang Tahun 2014

NO	NAMA PENGUSAHA/ PERAJIN	ALAMAT	MERK DAGANG	JUMLAH PRODUKSI (potong/bulan)	TENAGA KERJA
1	GUSTAV/ALVIN	Ds.Gedongmulyo Lasem	PURNOMO/KUDA	800	120
2	PAUL SANTOSO	Ds.Gedongmulyo Lasem	PALAPA	250	50
3	KATRIN	Ds.Babagan Lasem	BESS	800	140
4	WIDJI SUHARTO	Ds.Babagan Lasem	PADIE BOLOE	600	40
5	SIGIT WICAKSONO	Ds.Babagan Lasem	SEKAR KENCONO	300	60
6	NY.KOK KWIE	Ds.Babagan Lasem	PT 9	200	50
7	LENAWATI	Ds.Babagan Lasem	DUA PUTRI	300	50
8	GUNAWAN	Ds.Babagan Lasem		275	30
9	KIEM	Ds.Babagan Lasem	TALENTA BATIK	400	60
10	LIS HO JO	Ds.Babagan		150	20
11	HING	Ds.Babagan Lasem		50	30
12	JOKO	Ds.Babagan Lasem		50	60
13	WIEN	Ds.Babagan Lasem		50	100
14	MUJARSO	Ds.Babagan, lasem		50	100
15	NAOMI SUSILOWATI	Ds.Karangturi Lasem	MARANATHA	500	50
16	TOHGI	Ds.Karangturi Lasem	POMO BATIK	200	70
17	MAKSOM	Ds.Karangturi Lasem	SURYA KENCANA	800	60
18	SUTRA	Ds.Karangturi Lasem		50	40
19	SANTOSA HARTONO	Ds.Sumber Girang Lasem	PUSAKA BERUANG	3500	954
20	WIN CIKALAN	Ds.Sumber Girang Lasem		25	30
21	MA'SHUM	Ds.Sumber Girang Lasem	DAMPO AWANG ART	1500	250
22	H. FATCHUR ROCHIM	Ds.Selopuro Lasem	KIDANG KENCANA	750	90
23	ANISA	Ds.Selopuro Lasem	TIGA BERLIAN	700	70
24	RAMIDI	Ds.Selopuro Lasem	MELATI MUDA	200	60
25	ROUF	Ds.Selopuro Lasem		250	14
26	MUJIONO	Ds.Karasgede Lasem	SAMUDRA ART	700	125
27	SUS JUNAWI	Ds.Karasgede Lasem	CANTING INDAH	275	15
28	KARIM	Ds.Ngemplak Lasem	CEMPO	300	15

29	MAKRUF	Ds.Soditan Lasem	SEKAR ARUM	350	100
30	USMAN	Ds.Dorokandang Lasem	LASEM ART	325	25
31	BU SRI TIYOHO	Ds.Dorokandang Lasem	PUTRA KEMBAR	310	8
34	EDI WINARNO	Ds.Sendangasri Lasem	TOMBO ATI	100	40
35	PARLAN	Ds.Sendangasri Lasem		50	60
36	NGASRI	Ds.Pohlandak Pancur		50	30
37	RABISAH	Ds.Pohlandak Pancur	DEWI INTAN	25	60
38	RIKO	Ds.Pohlandak Pancur		25	25
39	MUJIANTO (JEPANG)	Ds.Pohlandak Pancur	KRESNO AJI	200	60
40	RIFA'I	Ds.Pohlandak Pancur	GUNUNG BUGEL ART	3000	500
41	JARWAN	Ds.Pohlandak Pancur	NAYLA ART	250	50
42	SOFI	Ds.Gemblengmulyo Pancur	CANTIKA JAYA	150	10
43	YANTI	Ds.Gemblengmulyo Pancur	KALIMOSODO	100	20
44	RUKENI	Ds.Gemblengmulyo Pancur	MUTIARA	50	50
45	SUMIYATI	Ds.Gemblengmulyo Pancur	SEKAR GADING	50	50
46	MURWATI	Ds.Gemblengmulyo Pancur	MULYA JAYA	180	50
47	SUGIYEM	Ds.Karaskepoh Pancur	PESONA CANTING	500	80
48	INDRO	Ds.Karaskepoh Pancur	PUSAKA CANTING	500	70
49	TASMINAH	Ds.Karaskepoh Pancur	SRI REJEKI	250	30
50	SITI	Ds.Karaskepoh Pancur		50	20
51	MARYATI	Ds.Jeruk Pancur	GADING KENCANA	50	10
52	KUB SRIKANDI	Ds.Jeruk Pancur	KUB SRIKANDI	500	25
53	HUSEIN SAFI'I	Ds.Pohlandak Pancur	PERMADI PUTRA	50	7
54	DINA SEPTIANA	Ds.Pohlandak Pancur	DEWA ANGGA	15	5
55	MUSAROFAH	Ds.Gemblengmulyo Pancur	CERIA	100	40
56	MULYATI	Ds.Soditan Lasem	BUNGA SEJATI	75	30
57	YOYOK	Ds.Karangturi Lasem	MUTIARA CANTING	75	30
58	SUMARNI	Ds.Jeruk Kec. Pancur	RIZKI BAROKAH	50	20
59	SRUAH	Ds.Jeruk Pancur		50	8
60	EDI / YUN	Ds.Karaskepoh Pancur		50	20
61	SUTRISNO	Ds.Pohlandak Pancur	DD MULYO	200	25

62	SLAMET	Ds.Pohlandak Pancur		50	15
63	M. GHOLIB	Ds.Ngemplak Lasem		50	25
64	MUNASRI	Ds.Pohlandak Pancur		45	20
65	Adik SLAMET	Ds.Pohlandak Pancur		40	20
66	DEPAN LAUT BONANG	Ds.Sumbergirang Lasem			
67	SRI HARTATIK	Ds.Gemblengmulyo Pancur		80	40
68	SEKAR MELATI	Ds.Langkir Pancur	YUN	600	20
69	SITI SRI MURNIYATI	Ds.karaskepoh 03/01	RISTY ART	400	10
70	SRI WAHYUNI	Ds.Warugunung 13/01	ALYA JAYA ART	500	15
71	WINARNO	Ds.Sendangsari 1/1	UD. HASTA DANA	650	22
72	SUWARJI	Ds.Sendang agung 02/03	FITROH	600	19
73	SRI WINARTI	Ds.Babagan Lasem	SUMBER REJEKI	600	50
74	JOKO SRI PURWANTO	Ds.Babagan Lasem	SEKAR MULYO	600	60
75	PARLAN	Ds.Sendangasri 1/1 Lasem	ASRI ANA BUDAYA	120	2
76	SRI WAHYUNI	Ds.Langkir Pancur	AGUNG PUTRA	720	20
77	SUMAMI	Ds.Jeruk Pancur	RIZKI BAROKAH	600	20

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Rembang

Lampiran 6

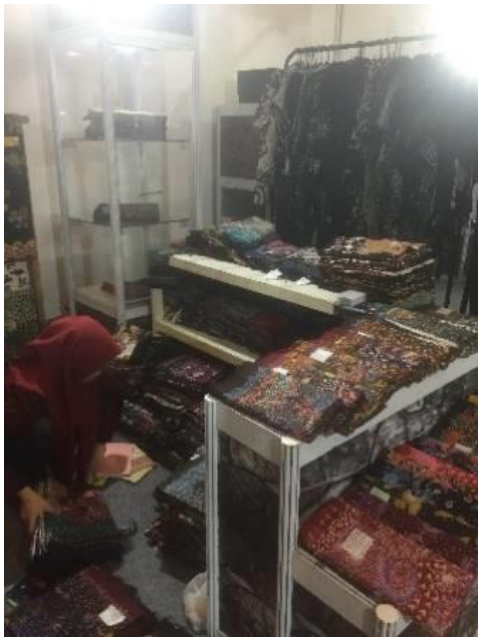
Dokumentasi penelitian

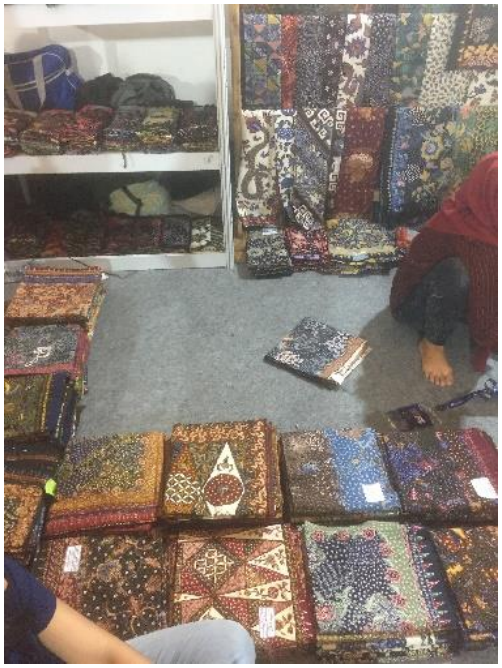
Proses membatik klowong

Setelah selesai dibatik

Bersama pemilik Usaha

Pemilik Usaha Batik





Pameran di Lawang sewu

1 November 2019

Lampiran 7

Surat Ijin Penelitian

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229
Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015
Laman: http://fe.unnes.ac.id, surel: fe@mail.unnes.ac.id

Nomor : B/9879/UN37.1.7/LT/2019 04 Juli 2019
Hal : Izin Penelitian

Yth. Kepala Kantor Kesbangpolinmas Kabupaten Rembang
Di tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Leni Nurita
NIM	: 7101413358
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Koperasi), S1
Semester	: Genap
Tahun akademik	: 2018/2019
Judul	: Strategi Pengembangan Batik Tulis Lasem

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 4 Juli s.d 30 Agustus.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan FE
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dr. Kardoyo, M.Pd.
NIP 196205291986011001

Tembusan:
Dekan FE;
Universitas Negeri Semarang

Nomor Agenda Surat : 651 343 364 3

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2019-07-04 14:33:41)

PEMERINTAH KABUPATEN REMBANG
KANTOR KESATUAN BANGSA, POLITIK DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
Jl. dr. Sutomo No. 16 A Telp. / Fax. (0295) 691197 Rembang
Kode Pos 59211

Rembang, 09 Juli 2019

Nomor : 070 / 367 / 2019
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Tempat Penelitian

Kepada :
Yth : Kepala Dinindagkop UKM Kab.Rembang
di -
Tempat

I. Dasar :
1. UU Nomor 18 Tahun 2001 Tentang Sistim Nasional Penelitihan, Pengembanga dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Tehnologi (Lembaran Negara Indonesia Tahun 2002 Nomor 84, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomo 4219)
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan ata Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitihan
3. Peraturan Daerah Kabupaten Rembang Nomor 12 Tahun 2008 Tentang Oraganisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Rembang

II. Membaca : Surat dari : Universitas Negeri Semarang Fakultas Ekonomi
Nomor : B/9879/UN37.1.7/LT/2019
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Yang dilaksanakan oleh ;

Nama	:	Leni Nurita
Nim	:	7101413358
Alamat	:	Desa Sendang Agung Rt 03/03 Kec. Kaliori
Status/Pekerjaan	:	Mahasiswa
Kebangsaan	:	Indonesia
Lokasi	:	DININDAGKOP UKM Kab. Rembang
Waktu	:	10-07-2019 s/d 10-09-2019
Pengikut	:	-
Penanggung Jawab	:	Dr.Kardoyo .M.Pd

Bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul " Strategi Pengermbangan Batik Tulis Lasem."

III Pertimbangan : Bahwa dalam penelitian dapat diterima atas dasar sesuatu kegiatan ilmia dan pengabdian masyarakat perlu dibantu pengembangannya.

Dengan Ketentuan sebagai berikut :
a. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang dapat mengganggu stabilitas Kamtibmas,hanya untuk kepentingan akademisi;
b. Sebelum melaksanakan kegiatan dimaksud terlebih dahulu harus melaporkan kepad pejabat setempat;
c. Mentaati segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku serta petunjuk dari pejaba Pemerintah yang berwenang;
d. Setelah selesai melaksanakan kegiatan dimaksud, supaya melaporkan kepada Kanto Kesbang Pol dan Linmas Kabupaten Rembang;
e. Apabila masa berlaku surat ijin ini berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan belum selesa perpanjangan waktu harus diajukan dari Instansi Pemohon.

Surat Permohonan Ijin Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabi pemegang surat ijin ini tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.

An.KEPALA KANTOR KESBANGPOL DAN LINMAS
KABUPATEN REMBANG
Kasi Poldagri & Hal

INDAH ARUM YUATI, SH
Penata Tk.I
NIP. 19620812 199203 2006

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229
Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015
Laman: http://fe.unnes.ac.id, surel: fe@mail.unnes.ac.id

Nomor : B/15018/UN37.1.7/LT/2019 27 September 2019
Hal : Izin Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Pemilik Usaha Pusaka Beruang
Jl. Jatirogo No.34, Karangturi, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah 59271

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Leni Nurita
NIM	: 7101413358
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Koperasi), S1
Semester	: Gasal
Tahun akademik	: 2019/2020
Judul	: Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem (Studi Kasus Pada Batik Tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang)

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 27 September 2019 s.d 30 November 2019.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan FE
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dr. Kardoyo, M.Pd.
NIP 196205291986011001

Tembusan:
Dekan FE;
Universitas Negeri Semarang

Nomor Agenda Surat : 657 310 430 6

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2019-09-30 15:30:09)

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229
Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015
Laman: http://fe.unnes.ac.id, surel: fe@mail.unnes.ac.id

Nomor : B/16145/UN37.1.7/LT/2019 23 Oktober 2019
Hal : Izin Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Pemilik Usaha Pusaka Beruang
Jl. Jatirogo No.34, Karangturi, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah 59271

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Leni Nurita
NIM	: 7101413358
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Koperasi), S1
Semester	: Gasal
Tahun akademik	: 2019/2020
Judul	: Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik Tulis Pusaka Beruang di Lasem Kabupaten Rembang

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 23 Oktober 2019 s.d 30 Desember 2019.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan FE
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dr. Kardoyo, M.Pd.
NIP 196205291986011001

Tembusan:
Dekan FE;
Universitas Negeri Semarang

Nomor Agenda Surat : 238 582 255 8

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2019-12-11 13:28:49)