

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Industri Batik Satrio Manah Kabupaten Tulungagung

Industri batik Satrio Manah didirikan pada tahun 1975 oleh Ibu Ti'in, kemudian usahanya diteruskan oleh keluarganya dari generasi kedua yaitu Ibu Srianah, dan saat ini sudah sampai pada generasi ketiga yaitu Bapak Prayogi, dengan bentuk Usaha Dagang (UD). Industri batik Satrio Manah bertempat di Desa Bangoan RT 03 RW 01, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Sejarah berdirinya berawal dari neneknya yang bernama Ibu Ti'in yang mulai membatik dan menjual batiknya ke Pasar Wage Tulungagung. Seiring berjalannya waktu usaha tersebut berkembang dan dikenal banyak orang yang kemudian dijalankan oleh generasi penerusnya. Industri batik Satrio Manah telah mempunyai legalitas usaha antara lain yaitu SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan merek dagang Satrio Manah.

Filosofi pengambilan nama Satrio Manah untuk nama usahanya yaitu merupakan nama dari motif batik yang mulai dilupakan oleh banyak orang, jarang digunakan dan jarang dijumpai dipasaran, oleh karenanya digunakan nama Satrio Manah yang bertujuan agar motif tersebut agar dapat selalu diingat dan tidak dilupakan oleh masyarakat. Industri batik Satrio Manah saat ini memproduksi kain batik hingga pakaian batik, dengan jenis pembatikannya yaitu batik tulis, batik kombinasi tulis, dan batik printing.

Pangsa pasar penjualan produk batik Satrio Manah sebagian besar yaitu 70% untuk wilayah karisidenan Kediri yang meliputi wilayah Tulungagung, Kediri, Blitar, Nganjuk, Blitar, dan Trenggalek. Sedangkan sisanya yaitu 30% untuk wilayah luar Jawa Timur, seperti langganan melakukan pemesanan ulang (*repeat order*).

B. Temuan Penelitian

1. Faktor-Faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan pada Industri Kreatif Batik Satrio Manah

a. Faktor Internal Kekuatan (*Strengths*) Pada Batik Satrio Manah

Faktor internal yang menjadi kekuatan yang ada di industri batik Satrio Manah adalah seperti yang diungkapkan oleh Bapak Prayogi mengenai legalitas usaha, sebagai berikut:

“Pada tahun 2002, dilakukan pengurusan ijin usaha dan merek batik satrio manah. Legalitas usaha SIUP, TDP, NPWP, semua sudah ada, usaha kita bentuknya UD.”¹

Berdasarkan penjelasan Bapak Prayogi, legalitas usaha dan merek batik Satrio Manah telah dilakukannya sejak tahun 2002. Dengan adanya legalitas usaha tersebut maka akan memberikan manfaat sebagai sarana perlindungan hukum, dapat menunjang perkembangan usaha dan dapat meningkatkan kredibilitas usaha.

Dalam hal sumber daya manusia atau tenaga kerja juga menjadi kekuatan, berikut penjelasan Bapak Prayogi.

¹ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

“Jumlah tenaga kerja yang bekerja disini, artinya berangkat pagi pulang sore itu ada sekitar 14 orang, yang dibawa pulang dikerjakan dirumah sekitar 40 orang. Untuk 10% untuk bagian pewarnaan, 90% untuk bagian pembatikannya. Tingkat pendidikan SDM rata-rata lulusan SMK/SMA. Untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas SDM itu kita banyak dapat undangan dari dinas-dinas terkait seperti Dinas Perindustrian, Dinas Koperasi, dan itu ada sekolah istilahnya studi banding entah ke Solo, ke Yogyakarta, yang biasanya objek studi bandingnya rata-rata tentang teknik pewarnaan, kalo teknik membatik itu berkaitan dengan tangan orangnya sendiri-sendiri.”²

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kuantitas SDM atau tenaga kerja memadai dalam melakukan proses produksi yaitu ada 54 orang, dimana 14 orang bekerja di tempat usaha, dan 40 orang melakukan pekerjaannya dirumah. Bidang pekerjaan yaitu 90% bagian pembatikan dan 10% bagian pewarnaan. Tingkat pendidikan tenaga kerja rata-rata adalah tamat SMK/SMA. Terdapat pelatihan-pelatihan dari dinas terkait, seperti Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Koperasi. Juga dilakukan studi banding untuk karyawan di sentra industri batik Yogyakarta dan Solo, mengenai hal teknik pewarnaan batik. Upaya tersebut untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas tenaga kerja.

Inovasi, penentuan harga, dan ciri khas produk juga merupakan kekuatan yang ada pada industri batik Satrio Manah, berikut penjelasan Bapak Prayogi.

“Inovasi produk itu termasuk sering menciptakan motif batik baru, mengikuti tren-tren warna yang paling terkini, untuk desain pakaian kita lebih banyak melihat dari internet, kemudian kita

² Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

serahkan ke penjahit sesuai desain yang diinginkan. Dalam gagasan berkreasi ada beberapa hal yang harus dipertahankan, jadi jangan dirubah-rubah, seperti motif-motif pakem, warna-warna pakem, karena memang ya khasnya mulai dari jaman kerajaan sampai sekarang ya seperti itu. Ada lagi batik-batik yang memang harus di inovasi, dirubah warnanya jadi warna modern dan kita konsisten dalam mempertahankan kualitas batik juga konsisten dalam waktu pengerjaan pesanan batik. Konsumen bisa melakukan pemesanan pembelian batik sesuai dengan yang diinginkan. Dalam hal penetapan harga tergantung pada jenis batiknya, motif batiknya, tingkat kesulitannya dan bahan bakunya. Kita pakai bahan baku kualitas terbaik, jadi juga berpengaruh pada harga. Ciri khas produk batik satrio manah itu rata-rata warna dasar itu yang gelap-gelap seperti warna hitam meles, coklat tua, dan motif batiknya itu dua dimensi yang gambarnya tidak saling numpuk gitu.”³

Tanggapan serupa mengenai kekuatan yang ada pada industri batik Satrio Manah diungkapkan oleh mbak Nanik sebagai karyawan bagian kasir yang telah bekerja selama dua tahun lebih, berikut penjelasannya.

“Kkuatannya itu terletak pada harganya yang lebih ekonomis dan kualitas bahannya juga bagus.”⁴

Tanggapan mengenai kekuatan pada industri batik Satrio Manah juga diperkuat oleh Ibu Saodah yang sudah bekerja sebagai pembatik di industri batik Satrio Manah lebih dari 10 tahun, berikut penjelasannya.

“Kkuatannya itu kalo sini kan motif batiknya banyak dan pewarnaan batiknya bagus.”⁵

Hal yang sama mengenai kekuatan yang ada pada industri batik Satrio Manah diungkapkan oleh Bapak Lukman Hakim, pegawai Dinas

³ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

⁴ Wawancara dengan Mbak Nanik Selaku Karyawan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.50 WIB

⁵ Wawancara dengan Ibu Saodah Selaku Pembatik di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.40 WIB

Pertanian Tulungagung merupakan pelanggan yang sering membeli di batik Satrio Manah, selain pembelian untuk penggunaan pribadi juga untuk keperluan seragam di kantor Dinas tempat bekerjanya.

“Daya tariknya itu motif batiknya banyak dibandingkan dengan di galeri batik lainnya, harganya juga terjangkau, dan warna batiknya itu tajam. Kita dari kantor Dinas Pertanian pesannya agak banyak, tiap kita ada agenda pameran itu kan perlu seragam.”⁶

Hal yang sama mengenai kekuatan yang ada pada industri batik Satrio Manah diungkapkan oleh Bapak Sampiono dari Batangsaren, Tulungagung yang merupakan pelanggan yang cukup sering membeli batik Satrio Manah, berikut ulasannya.

“Kalo disini kan motif batiknya itu ada banyak, harganya miring, dan warnanya bagus.”⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik batik Satrio Manah mencakup inovasi menciptakan motif batik baru agar semakin beragam jumlahnya, inovasi warna batik dengan mengikuti tren-tren warna terkini sesuai dengan perkembangan jaman, dan inovasi desain pakaian dengan melihat referensi pada internet. Penciptaan ide, kreativitas dan inovasi dilakukan oleh pemilik sendiri. Dalam menentukan gagasan berkreasi pemilik mempertahankan beberapa hal yang sudah menjadi ciri khas batik sejak dulu seperti motif dan warna pakem, serta ada beberapa batik yang bisa dilakukan inovasi warna yang modern.

⁶ Wawancara dengan Bapak Lukman Hakim dari Dinas Pertanian Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.20 WIB

⁷ Wawancara dengan Bapak Sampiono Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 12.10 WIB

Pemilik konsisten dalam menjaga kualitas batiknya, juga konsisten dalam pengerjaan pemesanan batik. Dalam hal penentuan harga tergantung pada jenis batik, motif batik, tingkat kesulitan pembuatannya, dan menggunakan bahan baku dengan kualitas terbaik. Untuk ciri khas produk batik Satrio Manah terletak pada warna dasar batik yang digunakan, yaitu menggunakan warna yang gelap seperti hitam dan coklat, serta motif batik dua dimensi. Sebagaimana kekuatan yang diungkapkan oleh karyawan dan pembeli antara lain harga yang cukup terjangkau, kualitas dan warna batik yang baik, motif batik yang banyak dan beragam.

Mengenai segi operasional yang menjadi kekuatan pada industri batik Satrio Manah berikut penjelasan dari Bapak Prayogi.

“Dari semua mesin dan peralatan yang dimiliki itu bisa memenuhi kebutuhan produksi sehari-harinya hingga bisa jadi barang. Standar kualitas produk batik disini itu pokoknya tidak luntur berarti sudah bagus. Kalau motif batik itu kan tergantung selera orang, ada orang yang suka ada juga yang tidak suka. Tapi kalau batiknya luntur maka semua orang itu kan tidak suka.”⁸

Berdasarkan penjelasan dari bapak Prayogi, bahwa dari segi operasional produksi semua berjalan dengan baik, dari mesin dan peralatan yang dimiliki dapat memenuhi kebutuhan produksi. Produk batik yang diproduksi memiliki standar kualitas produk yaitu batiknya tidak luntur jika dicuci.

⁸ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

b. Faktor Internal Kelemahan (*Weakness*) Pada Batik Satrio Manah

Faktor internal yang menjadi kelemahan pada industri batik Satrio Manah mengenai penjualan produk yang terbatas pada penjualan langsung belum pada penjualan secara online, berikut penjelasan dari Bapak Prayogi.

“Kalo untuk penjualan batik ini termasuk barang yang tidak cocok dijual secara online, karena kain itu kan banyak macamnya, jenis batik juga banyak, jadi foto itu tidak bisa menjelaskan ini kainnya apa, halusnyanya seperti apa, tebalnya seperti apa, warna antara keadaan asli dan foto itu terkadang berbeda, kemudian jenis batiknya dibuat dengan tulis, kombinasi atau printing. Untuk risiko yang pertama, ada yang menjual batik tulis seharga Rp 100.000, kemudian ada lagi yang menjual batik tulis seharga Rp 500.000, jadi orang lebih memilih harga yang lebih murah, padahal yang harga murah itu dibohongi. Untuk risiko yang kedua, motif batik kita bisa ditiru. Untuk penjualan masih penjualan secara langsung, sekitar 90% penjualan langsung, 10% penjualan online yang repeat order.”⁹

Hal yang diungkapkan oleh Bapak Lukman Hakim sebagai pelanggan mengenai kelemahan pada usaha ini, sebagai berikut.

“Untuk kegiatan promosi itu masih kurang, kalo istilahnya itu masih dari getok tular gitu.”¹⁰

Berdasarkan penjelasan diatas bahwasannya, penjualan batik masih terbatas pada penjualan secara langsung, dan tidak menerapkan penjualan secara online. Dirasa penjualan secara online tidak cocok untuk diterapkan, karena foto tidak bisa menjelaskan kualitas dari batik tersebut seperti kain, jenis batiknya, dan kejelasan warnanya. Kemudian penjualan online dapat memicu adanya plagiat motif batik yang

⁹ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Lukman Hakim dari Dinas Pertanian Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.20 WIB

diproduksi. Penjualan yang diterapkan adalah penjualan secara langsung dan belum secara online, sehingga kelemahannya adalah sebagian besar penjualan dilakukan pada konsumen yang sudah menggunakan produk tersebut, bukan untuk menarik pengguna baru, dan jangkauan penjualannya tidak bisa mencakup secara luas karena tidak menerapkan penjualan secara online. Dan untuk promosi dirasa kurang yang istilahnya dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Mengenai fasilitas fisik yang berupa lokasi usaha seperti yang diungkapkan oleh Bapak Prayogi yaitu sebagai berikut.

“Kalo lokasi usaha yang masuk seperti ini pasti ada nilai plus minusnya. Minusnya, orang susah nyari, plusnya orang jadi ingat, ‘disana lo saya pernah ke Tulungagung galeri batik yang tempatnya masuk jalannya kecil’, jadi bisa ada yang diceritakan atau ada historinya.”¹¹

Hal serupa mengenai lokasi usaha yang menjadi kelemahan pada industri batik Satrio Manah, disampaikan oleh Mbak Nanik sebagai karyawan, yaitu sebagai berikut.

“Untuk lokasi usahanya agak sedikit masuk ke gang, jadi kalo ada rombongan gitu kurang bisa. Kadang- kadang kalau ada tamu dari jauh pakai GPS itu takut disasarin karena lokasinya mungkin sedikit keluar kalau di maps.”¹²

Hal serupa mengenai fasilitas fisik atau lokasi usaha yang menjadi kelemahan pada industri batik Satrio Manah juga disampaikan oleh Bapak Lukman Hakim sebagai pelanggan, sebagai berikut.

¹¹ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

¹² Wawancara dengan Mbak Nanik Selaku Karyawan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.50 WIB

“Untuk tempat usahanya kurang nyaman, mungkin sini masih berbenah ya, mungkin sebelah ini untuk pembangunan galeri batiknya.”¹³

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pemilik mempertahankan keaslian lokasi usahanya untuk memberikan nilai tambah berupa histori tersendiri bagi konsumen mengenai lokasi usahanya yang jauh dari kota dan masuk ke gang kecil. Untuk kelemahannya yaitu lokasi usahanya yang kurang strategis.

2. Faktor-Faktor Eksternal Peluang dan Ancaman Pada Industri Kreatif

Batik Satrio Manah

a. Faktor Eksternal Peluang (*Opportunity*) Pada Industri Batik Satrio Manah

Adapun peluang industri batik Satrio Manah menurut yang diungkapkan oleh Bapak Prayogi, yaitu.

“Batik kan merupakan budaya Indonesia pasti sering digunakan oleh orang-orang. Juga dengan iklim ekonomi yang kondusif membuat orang punya daya tarik untuk membeli. Baju itu kan termasuk kebutuhan sekunder ya, kalo tidak ada masalah ekonomi, orang pasti punya uang untuk kebutuhan sekundernya, dan memberikan peluang dalam melakukan pengembangan penjualan produk. Pemanfaatan teknologi yang digunakan itu dalam hal penyediaan bahan baku yang dibeli melalui pembelian online, yang memudahkan dalam memperoleh bahan baku, karena sekarang komunikasi sudah gampang dengan adanya teknologi. Sebenarnya semua bahan bakunya di Tulungagung itu tidak ada, belinya diluar kota. Tapi karena sekarang komunikasi sudah mudah, terus transportasi ekspedisi juga mudah dan banyak jadi semuanya termudahkan.”¹⁴

¹³ Wawancara dengan Bapak Lukman Hakim dari Dinas Pertanian Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.20 WIB

¹⁴ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

kemudian penggunaan teknologi hanya untuk kepentingan branding atau memberikan informasi terkait batik satrio manah melalui sosial media seperti facebook dan instagram, tidak untuk penjualan produk. Pemerintah biasanya memberi bantuan berupa pelatihan-pelatihan, pernah juga memberikan bantuan usaha berupa alat produksi seperti kompor dan pompa air kan termasuk alat penunjang untuk membuat batik, kemudian bantuan berupa fasilitas pameran.”¹⁵

Peluang usaha bagi industri batik Satrio Manah menurut ungkapan mbak Nanik sebagai karyawan, sebagai berikut.

“Peluangnya lumayan mbak, sekarang itu pegawai Dinas itu dianjurkan memakai seragam batik untuk setiap hari apa gitu, disini sudah banyak langganan dari pegawai Dinas-Dinas gitu, kadang juga dari pegawai luar kota yang pesan, barusan ini dari rumah sakit Blitar yang pesan.”¹⁶

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa keadaan lingkungan eksternal yang ada saat ini dapat memberikan peluang bagi perusahaan dalam meningkatkan dan mengembangkan penjualan produknya, seperti diangkatnya batik sebagai warisan budaya luhur Indonesia dan digunakan sebagai fashion dalam keseharian, iklim ekonomi yang kondusif yang diciptakan oleh pemerintah, hingga kebijakan pemerintah daerah yang menganjurkan penggunaan seragam batik bagi pegawai-pegawainya, pemanfaatan teknologi komunikasi dalam penyediaan bahan baku dan banyaknya ekspedisi pengiriman barang, sehingga mudah didapatkan meskipun pembeliannya diluar kota. Adanya promosi melalui media sosial untuk memberikan informasi mengenai batik Satrio Manah, pemberian bantuan edukatif,

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

¹⁶ Wawancara dengan Mbak Nanik Selaku Karyawan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.50 WIB

alat produksi dan fasilitas pameran oleh pemerintah untuk ajang promosi produk-produk ekonomi kreatif sehingga dapat mendorong perkembangan industri kreatif tersebut.

b. Faktor Eksternal Ancaman (*Threats*) Pada Batik Satrio Manah

Faktor yang menjadi ancaman bagi industri batik Satrio Manah seperti yang diungkapkan oleh bapak prayogi yaitu.

“Untuk persaingan usaha itu hal biasa sih, karena kan setiap usaha pasti ada persaingan, yang jelas tidak disukai itu adalah persaingan yang tidak sehat. Persaingan tidak sehat itu misalnya seperti nembak motif batik, motif batiknya sini dibikin oleh pengrajin batik lain. Ada lagi ancaman secara global, baju yang bermotifkan batik itu dari China turun dari kontainer harganya Rp 15.000, kalo disini ongkos jahitnya saja tidak dapat segitu. Semacam itu yang harusnya bisa di filter oleh Pemerintah, yang kayak gitu kan tidak boleh, tapi sebenarnya pemerintah juga sudah melindungi, cuma yang dari pintu belakang yang kita tidak tahu. Kemudian permasalahannya lagi adalah minimnya regenerasi pembatik dari kalangan anak muda, yang sekarang didominasi oleh pembatik dari usia produktif.”¹⁷

Hal tersebut diperkuat oleh Mbak Nanik sebagai karyawan, yaitu sebagai berikut.

“Ancamannya itu kadang-kadang motif batiknya sini ada yang niru dari luar. Kalo sudah di plagiat, sana kasih harga murah, jadi kan kalah saing juga.”¹⁸

Hal yang sama diungkapkan oleh Bapak Lukman Hakim sebagai pelanggan, sebagai berikut.

“Ancamannya itu banyak pesaing batik lokal ya mbak, kemudian ancamannya ya plagiat motif batik”¹⁹

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

¹⁸ Wawancara dengan Mbak Nanik Selaku Karyawan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.50 WIB

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Lukman Hakim dari Dinas Pertanian Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.20 WIB

Berdasarkan hasil pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa ancaman pada usaha batik Satrio Manah adalah terkait persaingan produk batik secara lokal maupun global. Persaingan secara global yang dimaksud adalah adanya impor tekstil yang bermotifkan batik yang berasal dari China dengan harga yang murah, dimana hal tersebut dapat berdampak pada kelangsungan sentra-sentra batik di Indonesia. Serta ancaman adanya plagiat atau peniruan motif batik yang dilakukan oleh pesaing.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan, didapatkan data terkait faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yaitu:

Kekuatan (Strengths) pada Industri Batik Satrio Manah :

- 1) Memiliki legalitas usaha
- 2) Produk yang inovatif yaitu motif batik beragam, warna, dan desain pakaian
- 3) Harga cukup terjangkau
- 4) Jumlah tenaga kerja memadai
- 5) Tenaga kerja yang terampil dan kreatif
- 6) Produk dapat dipesan sesuai dengan keinginan
- 7) Konsisten menjaga kualitas batik dan waktu pengerjaan pesanan
- 8) Peralatan produksi pengolahan batik memadai

Kelemahan (Weakness) pada Industri Batik Satrio Manah :

- 1) Terbatas pada penjualan langsung, belum secara online

- 2) Terbatasnya promosi yang dilakukan
- 3) Akses ke tempat lokasi kurang mudah dijangkau

Peluang (Opportunity) pada Industri Batik Satrio Manah :

- 1) Adanya bantuan dari pemerintah dalam melalui pelatihan pengembangan SDM, alat produksi, dan fasilitas pameran
- 2) Batik sebagai warisan budaya luhur Indonesia
- 3) Iklim ekonomi yang kondusif
- 4) Pemanfaatan teknologi dalam penyediaan bahan baku dan promosi
- 5) Anjuran penggunaan seragam batik bagi pegawai dinas di Kabupaten Tulungagung.

Ancaman (Threats) pada Industri Batik Satrio Manah :

- 1) Persaingan usaha lokal dan global
- 2) Motif batik ditiru oleh pesaing
- 3) Minimnya regenerasi para pembatik dari kalangan anak muda.

3. Strategi *Strengths, Weakness, Opportunity, Threats* Pada Industri Batik Satrio Manah Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Industri Kreatif

a. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Batik Satrio Manah

Strategi yang dilakukan untuk pengembangan usahanya, berikut penjelasan dari Bapak Prayogi.

“Bikin produk yang tidak mengecewakan konsumen, itu termasuk salah satu strategi. Bikin produk yang bagus, harapannya orang itu bisa kembali atau menceritakan kepada rekannya. Selalu menepati janji dalam penyelesaian pemesanan batik oleh pelanggan. Mengikuti perkembangan yang ada di sekitar kita agar dapat terus berkembang. Kalau ada pesaing yang niru

motif, kita lebih cepat mengeluarkan motif batik baru, jadi kayak selalu melakukan inovasi gitu. Meningkatkan keterampilan dan kreativitas SDM itu dengan kita banyak dapat undangan dari dinas-dinas terkait seperti Dinas Perindustrian, Dinas Koperasi, dan itu ada sekolah istilahnya studi banding entah ke Solo, ke Yogyakarta, yang biasanya objek studi bandingnya rata-rata tentang teknik pewarnaan, kalo teknik membatik itu berkaitan dengan tangan orangnya sendiri-sendiri.”²⁰

Strategi pengembangan industri batik Satrio Manah menurut yang diungkapkan mbak Nanik sebagai karyawan, berikut penjelasannya.

“Strateginya itu loyal terhadap pelanggan, menganggap pelanggan seperti saudaranya sendiri, itu juga salah satunya yang bikin pelanggan kembali lagi. Beda seperti toko-toko lain, kadang pembeli dan penjual ada jarak, biasanya yang melayani pelanggan itu cukup dengan pelayannya aja. Kalo disini kan enggak gitu, kadang-kadang pemiliknya ikut turun tangan dalam melayani pembeli, pemilik juga kadang kasih solusi ke pelanggan terkait pesanan yang bagusnya gimana gitu.”²¹

Strategi pengembangan industri batik Satrio Manah menurut yang diungkapkan Ibu Saodah sebagai karyawan, berikut penjelasannya.

“Selalu membuat motif batik baru supaya semakin beragam dan konsumen tidak bosan.”²²

Strategi pengembangan industri batik Satrio Manah menurut yang diungkapkan Bapak Lukman Hakim sebagai pelanggan, berikut penjelasannya.

“Dilakukannya promosi, karena promosi itu sangat penting sekali.”²³

²⁰ Wawancara dengan Bapak Prayogi Selaku Pemilik dari Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.05 WIB

²¹ Wawancara dengan Mbak Nanik Selaku Karyawan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 10.50 WIB

²² Wawancara dengan Ibu Saodah Selaku Pembatik di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.40 WIB

²³ Wawancara dengan Bapak Lukman Hakim dari Dinas Pertanian Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 11.20 WIB

Strategi pengembangan industri batik Satrio Manah menurut yang diungkapkan Bapak Sampiono sebagai pelanggan, sebagai berikut.

“Dilakukan pengembangan dengan melakukan penyebaran distribusi penjualan agar usaha semakin berkembang lebih besar lagi.”²⁴

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan melalui analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri batik Satrio Manah antara lain yaitu meningkatkan inovasi produk dengan menonjolkan ciri khas dan untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Konsisten mempertahankan kualitas produk batik dan waktu pengerjaan pesanan. Meningkatkan keterampilan dan kreativitas tenaga kerja. Memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan sekitar. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, dengan pemilik ikut melayani pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Penjualan langsung dengan meningkatkan kegiatan promosi agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas dan penyebaran distribusi penjualan lebih luas lagi.

b. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pada Industri Batik Satrio Manah Dengan Matriks IFAS dan EFAS

Selanjutnya peneliti melakukan langkah sebelum menyusun matriks analisis SWOT yaitu terlebih dahulu menyusun matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*).

²⁴ Wawancara dengan Bapak Sampiono Selaku Pelanggan di Batik Satrio Manah, Pada Tanggal 18 Februari 2019, Pukul 12.10 WIB

1) Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, disusun tabel matriks IFAS (*Internal Strategic Analysis Factors*) yang terdiri faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut adalah cara penentuan faktor strategi internal:

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5 - 10 kekuatan dan kelemahan).
- b) Beri bobot masing-masing faktor pada kolom 2 dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan. (Semua bobot 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*), Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan bersifat positif (kekuatan yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika kekuatannya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating pada kelemahan adalah bersifat negatif. Jika kelemahan sangat besar, ratingnya adalah 1, jika nilai kelemahannya sedikit ratingnya 4.
- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4.
- e) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.²⁵

²⁵ Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*,....., hlm. 26

Berikut matriks IFAS industri batik Satrio Manah Kabupaten Tulungagung.

Tabel 4.1
Matriks IFAS Industri Kreatif Batik Satrio Manah

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan:			
• Memiliki legalitas usaha	0,10	4	0,40
• Produk yang inovatif yaitu motif batik beragam, warna, dan desain pakaian	0,15	4	0,60
• Harga cukup terjangkau	0,10	4	0,40
• Jumlah tenaga kerja memadai	0,05	3	0,15
• Tenaga kerja terampil dan kreatif	0,05	3	0,15
• Produk dapat dipesan sesuai keinginan	0,10	4	0,40
• Konsisten menjaga kualitas batik dan waktu pengerjaan pesanan	0,15	4	0,60
• Peralatan produksi pengolahan batik memadai	0,05	3	0,15
Sub Total	0,75		2,85
Kelemahan:			
• Terbatas pada penjualan langsung, belum secara online	0,15	1	0,15
• Terbatasnya promosi yang dilakukan	0,05	2	0,10
• Lokasi usaha yang kurang strategis	0,05	3	0,15
Sub Total	0,25		0,40
Total	1,00		3,25
SELISIH SKOR KEKUATAN DAN KELEMAHAN			2,45

Sumber: data diolah dari hasil wawancara

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui faktor internal kekuatan (*strengths*) memiliki skor total 2,85 dan skor total

kelemahan (*weaknesses*) 0,40. Sehingga skor total faktor strategis internal adalah 3,25. Selisih skor faktor internal kekuatan dan kelemahan adalah 2,45.

2) Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Setelah faktor-faktor strategis eksternal suatu perusahaan diidentifikasi, disusun tabel matriks EFAS (*Eksternal Strategic Analysis Factors*) yang terdiri atas faktor-faktor peluang dan ancaman perusahaan. Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi eksternal:

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5 - 10 peluang dan ancaman).
- b) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). (Semua bobot 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 terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating pada ancaman adalah kebalikannya. Jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1, nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk pembobotan pada kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan.

e) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.²⁶

Berikut matriks EFAS industri batik Satrio Manah Kabupaten Tulungagung.

Tabel 4.2
Matriks EFAS Industri Kreatif Batik Satrio Manah

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang:			
• Bantuan dari pemerintah (pelatihan, alat produksi, fasilitas pameran)	0,10	3	0,30
• Batik warisan budaya luhur Indonesia	0,15	4	0,60
• Iklim ekonomi yang kondusif	0,15	4	0,60
• Pemanfaatan teknologi dan promosi	0,10	3	0,30
• Anjuran penggunaan seragam batik bagi pegawai dinas di Tulungagung	0,15	4	0,60
Sub Total	0,65		2,40
Ancaman:			
• Persaingan usaha lokal dan global	0,15	1	0,15
• Motif batik ditiru oleh pesaing	0,15	1	0,15
• Minimnya regenerasi pembatik kalangan anak muda	0,05	3	0,15
Sub Total	0,35		0,45
Total	1,00		2,85
SELISIH SKOR PELUAN DAN ANCAMAN			1,95

Sumber: data diolah dari hasil wawancara

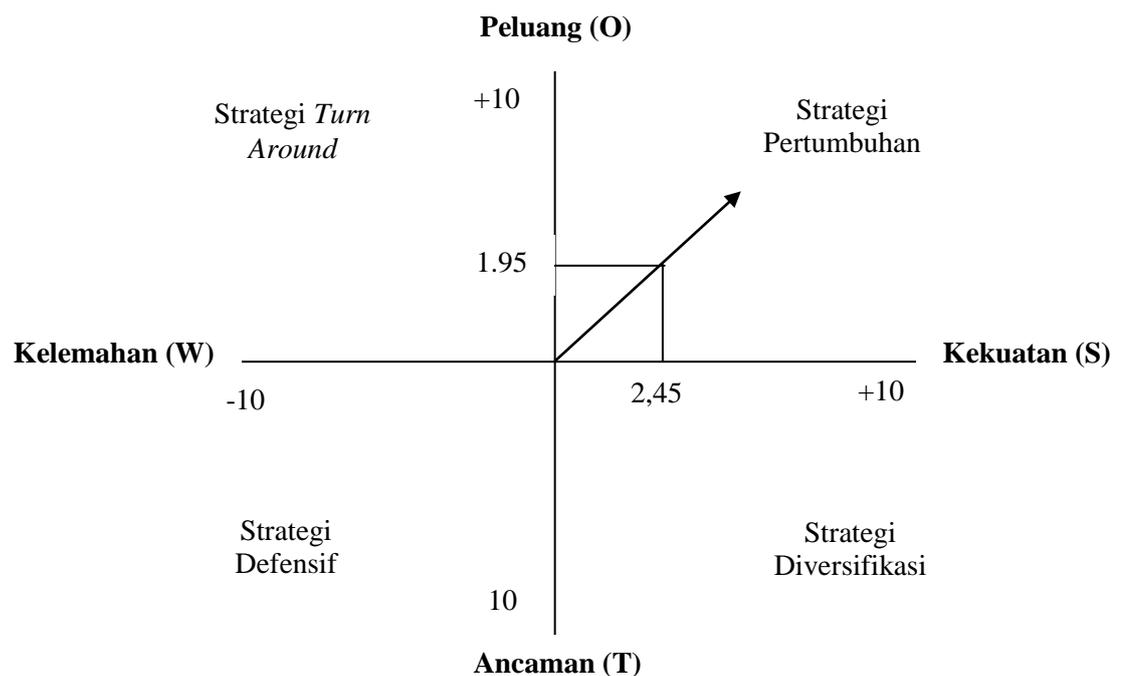
²⁶ Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*,....., hlm. 24

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui faktor eksternal peluang (*opportunity*) memiliki skor total 2,40 dan skor total ancaman (*threats*) 0,45. Sehingga total skor faktor eksternal adalah 2,85. Dan selisih antara skor faktor eksternal peluang dan ancaman adalah 1,95.

Hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS selanjutnya dibuat diagram analisis SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan yang terdapat 4 kuadran didalamnya. Selisih skor kekuatan dan kelemahan sebesar 2,45 berada pada sumbu X= 2,45 > 0 dan selisih skor peluang dan ancaman sebesar 1,95 berada pada sumbu Y = 1,95 > 0. Berikut diagram analisis SWOT pada industri batik satrio manah.

Diagram 4.1

Analisis SWOT Industri Kreatif Batik Satrio Manah



Berdasarkan diagram 4.1 analisis SWOT diatas dapat diketahui bahwa posisi Industri Batik Satrio Manah berada pada kuadran 1, dengan mendukung strategi agresif. Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Menunjukkan bahwa Industri Batik Satrio Manah memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis bagi Industri Batik Satrio Manah di era industri kreatif.

c. Penerapan Matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats) Pada Industri Kreatif Batik Satrio Manah

Sebelum membuat matriks SWOT, peneliti akan menghitung nilai pada matriks IFAS dan EFAS terlebih dahulu untuk mengetahui sel kemungkinan alternatif strategi pada matriks SWOT.

Tabel 4.3

Matriks IFAS dan EFAS Industri Kreatif Batik Satrio Manah

IFAS \ EFAS	Kekuatan (<i>Strengths</i>) S	Kelemahan (<i>Weakness</i>) W
Peluang (<i>Opportunity</i>) O	Strategi SO $2,85 + 2,40 =$ 5,25	Strategi WO $0,40 + 2,40 =$ 2,80
Ancaman (<i>Threat</i>) T	Strategi ST $2,85 + 0,45 =$ 3,30	Strategi WT $0,40 + 0,45 =$ 0,85

Sumber: hasil data diolah

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, nilai pada matriks IFAS dan EFAS diperoleh strategi SO memiliki nilai yang paling tinggi yaitu sebesar

5,25. Strategi SO dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, bertujuan untuk memacu strategi pertumbuhan cepat.

Alat untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT, menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Berikut matriks SWOT industri batik Satrio Manah.

Diagram 4.2

Matriks SWOT Industri Kreatif Batik Satrio Manah

<p style="text-align: center;">IFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki legalitas usaha • Produk inovatif yaitu motif batik beragam, warna, dan desain pakaian • Harga cukup terjangkau • Jumlah tenaga kerja memadai • Tenaga kerja yang terampil dan kreatif • Produk dapat dipesan sesuai dengan keinginan • Konsisten menjaga kualitas batik dan waktu pengerjaan pesanan • Peralatan produksi memadai 	<p style="text-align: center;">WEAKNESSES (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terbatas pada penjualan langsung, belum secara online • Terbatasnya promosi yang dilakukan • Letak lokasi yang kurang strategis
<p style="text-align: center;">EFAS</p> <p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bantuan dari pemerintah (pelatihan, alat produksi, dan fasilitas pameran) • Batik sebagai warisan budaya Indonesia • Iklim ekonomi kondusif • Pemanfaatan teknologi dan promosi • Anjuran penggunaan seragam batik bagi pegawai dinas 	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dengan memiliki legalitas usaha untuk memanfaatkan bantuan dari pemerintah berupa pelatihan, alat produksi, dan fasilitas pameran. • Meningkatkan inovasi produk yaitu menciptakan motif batik, warna dan desain pakaian yang beragam dengan dijadikannya batik sebagai warisan budaya Indonesia • Harga yang terjangkau dengan memanfaatkan iklim ekonomi yang kondusif • Dengan jumlah tenaga kerja yang memadai, serta terampil dan kreatif untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi dan kegiatan promosi 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Memberi pelayanan lebih yaitu produk dapat dipesan sesuai keinginan, konsisten menjaga kualitas batik dan waktu pengerjaan pesanan, dengan memanfaatkan penggunaan seragam batik bagi pegawai dinas 	
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan usaha lokal dan global • Motif batik ditiru oleh pesaing • Minimnya regenerasi para pembatik dari kalangan anak muda 	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Sumber: data yang telah diolah

Berdasarkan diagram 4.2 matriks SWOT industri batik Satrio Manah, diketahui strategi SO yang dapat digunakan yaitu dengan memiliki legalitas usaha untuk memanfaatkan bantuan dari pemerintah berupa pelatihan, alat produksi dan fasilitas pameran. Meningkatkan inovasi produk yaitu menciptakan motif batik, warna dan desain pakaian yang beragam dengan dijadikannya batik sebagai warisan budaya Indonesia. Harga yang terjangkau dengan memanfaatkan iklim ekonomi yang kondusif. Dengan jumlah tenaga kerja yang memadai, serta terampil dan kreatif untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi dan kegiatan promosi. Memberi pelayanan lebih yaitu produk dapat dipesan sesuai keinginan, konsisten menjaga kualitas batik dan waktu pengerjaan pesanan, dengan memanfaatkan penggunaan seragam batik bagi pegawai dinas.