

PENGEMBANGAN UMKM BATIK WARNA ALAM KAMPUNG BATIK LAWEYAN SURAKARTA

Irma Wardani dan Tria Rosana Dewi

Staf Pengajar Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta

Email : wardaniirma6@gmail.com

ABSTRAK

Industri batik termasuk industri kreatif dari kerajinan berbasis kearifan lokal yang menjadi salah satu industri andalan di Jawa tengah. Surakarta khususnya Kampung Batik Laweyan merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak di bidang batik pewarnaan alam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengembangan strategi yang dapat diterapkan pada UMKM batik warna alami untuk lebih meningkatkan daya saing produk. Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Batik Laweyan Surakarta. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT yang berupa Matriks Internal Eksternal (IE), Matriks SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planing Matrix*). Hasil analisis situasi menunjukkan bahwa : (1) Posisi UMKM Batik Laweyan pada sel I yaitu tumbuh dan bina; (2) skor tertinggi dari *Internal Factor Evaluation* pada faktor kekuatan adalah kualitas batik premium, skor tertinggi pada kelemahan yaitu teknik pewarnaan yang lama dan warna tidak mudah menyatu pada jenis kain tertentu, sedangkan skor tertinggi dari *Eksternal Factor Evaluation* pada peluang adalah trend pasar, sedangkan skor tertinggi untuk ancaman yaitu segmen pasar menengah ke atas. Sedangkan hasil Prioritas strategi yang dapat diterapkan adalah pengembangan produk. yang tepat ide, tepat produk dan tepat sasaran dengan cara diversifikasi produk (menciptakan produk selain kain batik) dengan pewarna alami, mengembangkan motif batik dengan desain yang sedang trend mengikuti selera pasar, serta menginovasi IPTEK terkait dengan teknik pewarnaan pada batik warna alam.

Kata Kunci: batik warna alam, matriks IE, matriks SWOT, QSPM, SWOT

PENDAHULUAN

Tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional cukup berat. Pembinaan UMKM lebih diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi pengusaha kecil. Bila disadari pengembangan usaha mikro kecil dan menengah menghadapi beberapa kendala seperti kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, informasi pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumber daya manusia ini mengakibatkan baik itu pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya yang baik (Kuncoro, 2009). Agfa & Darwanto (2015) menjelaskan keterbatasan usaha mikro menengah sebagai sektor dengan

keunggulan daya saing perlu dipahami keterbatasannya, yang antara lain dalam hal ukuran unit usaha dan pengembangan kapasitas modal, teknologi produksi dan pemasaran produk. Permasalahan pengembangan unit-unit usaha UKM di Indonesia, isu-isu keterbatasan modal manusia (SDM), pengetahuan maupun teknologi produksi belum banyak dibahas secara penting. Hal yang paling sering terungkap adalah keterbatasan modal fisik (finansial, struktur, dan infrastruktur) dan kesulitan dalam pemasaran.

Salah satu sektor usaha unggulan di Kota Surakarta adalah sektor usaha tekstil dan garment, khususnya batik yang sebagian besar di kelola oleh UMKM. Batik Indonesia memiliki keragaman motif, corak dan warna, antara satu daerah dengan daerah yang lain memiliki kekhasan yang tidak sama (Sa'du, 2011). Industri

batik termasuk industri kreatif dari kerajinan berbasis kearifan lokal. Pengembangan proses dan produk kreatif pada sekto ini selalu ditingkatkan. Batik dikenal di seluruh dunia sebagai salah satu tradisional Indonesia yang mengandung nilai seni dan nilai luhur budaya bangsa (Rodia *et al.*, 2015).

Salah satu UMKM yang mengusung tema batik warna alam adalah UMKM pengrajin batik di Kampung Laweyan. Meski pengrajin antusias mengubah pemakaian pewarna dan bahan pendukung kimia ke pewarna alami, akan tetapi ada beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM Batik.

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengembangan UMKM batik warna alami?
2. Bagaimana alternatif-alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam mengembangkan UMKM batik warna alami?
3. Apa prioritas strategi yang diterapkan strategi pengembangan UMKM batik warna alami?

METODE

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan pada masalah-masalah yang aktual. Teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya

Metode Penentuan Sampel

Responden untuk identifikasi faktor internal dan eksternal adalah responden yang dianggap mempunyai peran penting dalam pengembangan UMKM batik, yaitu ketua paguyuban batik, pelaku UMKM batik warna alami, instansi pemerintah seperti dinas koperasi dan UMKM, dinas perindustrian dan perdagangan.

Responden untuk penentuan bobot untuk matrik IFE dan EFE adalah responden yang dianggap mempunyai peran penting dalam pengembangan UMKM batik, yaitu ketua paguyuban batik, pelaku UMKM batik warna alami instansi pemerintah seperti dinas koperasi dan UMKM, dinas perindustrian dan perdagangan.

Responden untuk penentuan QSPM. Pengambilan responden didasarkan atas pertimbangan yaitu orang-orang yang telah cukup lama dan masih terlibat secara penuh/aktif pada kegiatan yang menjadi perhatian peneliti. Responden yang dipilih adalah pelaku UMKM batik warna alam

Metode Analisis

Tahap input

Pengidentifikasikan faktor internal dan faktor eksternal digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) pada UMKM batik warna alam.

Tahap pencocokan

Pada tahap pencocokan ini terdiri dari kerangka perumusan strategi. Hasil dari analisis pada tahap input akan dipergunakan untuk memposisikan UMKM batik warna alam yaitu dengan Matrik IE dan Matriks SWOT.

Tahap keputusan

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) ini secara objektif menunjukan strategi mana yang terbaik. QSPM adalah alat yang memungkinkan bagi para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya (David, 2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, identifikasi factor internal UMKM batik warna alam yaitu faktor kekuatan: adanya label *Clean Batik Initiative* (CBI), bahan baku tersedia, ramah lingkungan, pelatihan CBI, sedangkan untuk faktor kelemahan terdiri dari : SDM terbatas, harga jual tinggi,

peluang ekspor, tidak produksi setiap saat, beberapa warna tidak menyatu dengan kain, perwarnaan lama. Identifikasi faktor eksternal yaitu peluang terdiri dari peluang ekspor, diminati wisatawan luar negeri, hubungan dengan pemasok baik, dukungan pemerintah sedangkan untuk faktor ancaman terdiri dari 1) promosi masih kurang, 2) posisi pesaing yang berdekatan, 3) segmen pasar menengah ke atas, 4) minat konsumen yang rendah, 5) inovasi teknologi.

Berdasarkan Matriks IE posisi UMKM batik warna alami berada pada posisi I tumbuh dan bina. Berdasarkan posisi tersebut, ada 2 strategi yang dapat digunakan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) dan strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horisontal).

Dari matriks SWOT dengan strategi S-O yaitu: 1) meningkatkan segmen pasar untuk semua kalangan, memperluas pasar ke luar daerah atau negeri; 2) meningkatkan promosi dengan menambahkan testimoni dari pelanggan luar negeri; 3) bekerja sama dengan pemerintah untuk memperluas segmen pasar. Hasil tersebut sama dengan hasil pada Matrik IE yaitu Tumbuh dan Bina yang meliputi strategi intensif dan strategi integratif.

Pada tahap Keputusan, nilai keseluruhan Total Alternatif Strategi (TAS) yaitu strategi pengembangan pasar dengan nilai 6,56, strategi penetrasi pasar 6,31 dan strategi pengembangan produk 7,00. Nilai yang tertinggi pada QSPM adalah strategi yang digunakan. Strategi pengembangan produk dinilai oleh responden sebagai alternatif strategi yang dianggap paling tepat dalam mengembangkan baik warna alam. David (2009) menjelaskan bahwa pengembangan produk akan memberikan dayaguna yang lebih besar, sehingga perusahaan dapat mewujudkan keinginan pelanggan, serta kemungkinan akan ada penambahan atau perubahan ciri-ciri tertentu produk menciptakan beberapa tingkat kualitas, menambah tipe maupun ukuran.

Hal-hal yang telah dilakukan UMKM batik warna alam selama ini menggunakan bahan baku yang terbaik, menciptakan motif yang disesuaikan

dengan trend saat ini. Dan saat ini telah diaplikasikan pada kain sutra, hanya beberapa bahan pewarna yang dapat diaplikasikan pada kain sutra. Strategi pengembangan produk batik warna alam lain yang dapat dilakukan yaitu: 1) menciptakan produk selain kain dengan bahan batik warna alami seperti tas, tempat tisu, dompet; 2) menciptakan batik warna alami untuk kalangan menengah dan menengah ke bawah agar dapat dijangkau seluruh lapisan masyarakat; 3) mempertahankan kualitas produk yang telah ada; 4) memperkaya motif batik; 5) diperlukan inovasi teknologi agar teknik pewarnaan lebih cepat dan menghasilkan warna dengan kualitas tinggi.

Strategi pengembangan suatu produk yang dilakukan produsen disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut tercermin dari mutu produk yang dihasilkan, jenis dan ragam corak yang ditawarkan dan jenis bahan baku yang digunakan. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk melakukan suatu strategi produk yang berupa memelihara dan mempertahankan mutu produk, serta meningkatkan kepercayaan konsumen (Yulianti, 2008).

Kualitas kain batik dapat dinilai dari pemilihan bahan baku, motif batik, teknik pembatikan dan pewarnaan, penyajian produk dan kemasan maupun harga penjualan batiknya. Aspek-aspek inilah yang selalu harus mendapat perhatian pengrajin batik, jika ingin produksi batiknya selalu menarik dan memuaskan konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan variasi-variasi dan inovasi-inovasi baik dari sisi motif dan pewarnaannya (Wening, 2013).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Posisi strategi UMKM pada matrik IE batik warna alami berada pada Sel I yaitu tumbuh dan bina. Pemilihan strategi pada Sel I (tumbuh dan bina) yaitu strategi intensif dan strategi integrasi.
2. Dari kombinasi analisis SWOT dan matrik IE pilihan strategi dipilih yaitu pengembangan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Agfa, P.G. dan Darwanto. (2015). Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 2(1):1-10
- David, F.R. (2009). *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, M. 2009. *Dasar-dasar Ekonomika Pembangunan*. Edisi 5. Yogyakarta. STIM YKPN
- Rodia, S., Wahyuningsih, U., Nurrohmah, S., dan Amalia. (2015). Pengembangan Batik Berbasis Zat Warna Alam untuk Menunjang Pariwisata Kabupaten Kendal. *Seminar Nasional IENACO*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sa'du, A.A., 2011. *Batik Nusantara-Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Andi Publisher. Yogyakarta
- Wening sri, Enny Zuhni Khayati, Sri Emy Yuli Suprihatin. 2013. Pengembangan Produk Dan Strategi Pemasaran Busana Batik Bantulan Dengan Stilasi Motif *Ethno Modern*. *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol 18 No 1 : 70-81. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yulianti Muliana, Kooswardhono Mudikdjo, dan Ma'mun Sarma. 2008. Kajian Strategi dan Bauran Pemasaran Batik Garutan. *Jurnal MPI*, Vol 3 No 1.