
Perencanaan Penguatan Usaha Mikro Batik Di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan

Cahya Dewi^{1*}, Eni Sri Rahayuningsih²

^{1,2} Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Trunojoyo Madura

Email: cahyadewi281@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v3i2.18400>

ABSTRACT

This study aims to develop a plan for strengthening the batik micro business in Tanjung Bumi Village, Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency. The research method used is descriptive qualitative. Data collection methods used observation, interviews, questionnaires and documentation. Analysis of the data used in this study using the SWOT analysis technique (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). The results of the study show that the condition of the batik micro business in Tanjung Bumi District has 6 aspects of strength, 6 aspects of weakness, 6 aspects of opportunity, 7 aspects of weakness. There are several strategies that are relevant to current conditions. As for alternative strategies that can be used to develop a Batik Micro Business Strengthening Plan in Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency during the pandemic, among others, using the market as a distribution point, direct batik promotion, Utilizing social media (whatsapp, instagram, facebook, twitter) to market batik effectively. online, Utilizing government support in the form of regular online marketing training, Craftsmen participate in exhibitions to promote batik with the aim of increasing sales and expanding market share, Utilizing government support in the form of training to develop batik human resources, Establishing cooperation between batik entrepreneurs and suppliers of raw materials for making batik to obtain quality raw materials and anticipate an increase in raw materials, Utilizing government support in the form of training to understand bookkeeping in order to manage finances well.

Keywords: Planning, Batik Micro Business, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan penguatan usaha mikro batik di desa tanjung bumi kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi mempunyai 6 aspek kekuatan, 6 aspek kelemahan, 6 aspek peluang, 7 aspek kelemahan. Terdapat beberapa strategi yang relevan dengan kondisi sekarang. Adapun alternatif strategi yang dapat digunakan untuk menyusun Perencanaan Penguatan Usaha Mikro Batik di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan selama pandemi antara lain Memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung, Memanfaatkan media sosial (whatsapp, instagram, facebook, twitter) untuk memasarkan batik secara online, Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin, Pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, Memanfaatkan

dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan SDM pembatik, Menjalinkan kerjasama antara pengusaha batik dengan supplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku, Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk memahami pembuatan pembukuan agar dapat mengelola keuangan dengan baik.

Kata Kunci: Perencanaan, Usaha Mikro Batik, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Kabupaten Bangkalan memiliki industri kreatif yang sangat bervariasi. Produksi Madura memberi kontribusi sebesar 11% dari total produksi di Jawa Timur yang terbesar dari produksi garam. Aktivitas ekonomi di Madura hampir 90% dilakukan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Data Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur Tahun 2018. di Madura terdapat setidaknya 1.126.787 unit, Sumenep sejumlah 401.210 unit, Pamekasan sebanyak 247.269 unit, Sampang sebanyak 229.644 unit, dan Bangkalan sebanyak 248.664 unit. Dari data tersebut seharusnya dapat diidentifikasi bahwa Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang mempunyai sektor usaha mikro kecil dan menengah yang sangat banyak dan bervariasi. Salah satu jenis usaha mikro berpotensi untuk berkembang di Kabupaten Bangkalan ialah kerajinan batik tulis. potensi produk unggulan Kabupaten Bangkalan didominasi oleh usaha kecil dan usaha kerajinan batik tulis.

Tabel 1. Jumlah UMKM Batik di Bangkalan 2020

No	Usaha Batik di Bangkalan	Jumlah Usaha
1	Arosbaya	0
2	Bangkalan	8
3	Blega	0
4	Burneh	6
5	Galis	0
6	Geger	0
7	Kamal	1
8	Klampis	0
9	Kokop	0
10	Konang	0
11	Kwanyar	0
12	Labang	0
13	Modung	0
14	Sepulu	0
15	Socah	0
16	Tanahmerah	0
17	Tanjung bumi	90
18	Trangah	0
Jumlah		105

(Sumber :Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bangkalan Tahun 2020)

Tabel 1 dapat dilihat persebaran titik lokasi usaha batik di Kabupaten Bangkalan, dimana jumlah UMKM banyak terdapat di Kecamatan Tanjung Bumi dengan jumlah 90 UMKM. Di Kecamatan Bangkalan dengan jumlah 8 UMKM, Di Kecamatan Burneh dengan jumlah 6 UMKM, dan 1 UMKM di Kecamatan Kamal, selain kecamatan tersebut tidak terdapat UMKM batik.

Tanjung Bumi merupakan sebuah kampung sebagai sentra penghasil batik yang berada di Kabupaten Bangkalan, yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai pengrajin batik tulis. Membatik merupakan salah satu mata pencaharian hidup dari sebagian besar masyarakat di Tanjung Bumi. Di dalam melakukan pekerjaan membatik para perempuan biasanya bekerja di industri rumah tangga dan biasanya dikerjakan di rumahnya sendiri. Dari banyaknya industri kreatif batik tulis, Tanjung Bumi yang dikenal dengan kampung pengrajin batik. Motif dan corak warna yang khas cerah membuat batik Madura dari Tanjung Bumi ini memiliki ciri khas tersendiri sebagai produk budaya.

Peneliti mengambil lokasi Desa Tanjung Bumi karena memiliki jumlah usaha mikro batik terbanyak dengan jumlah 49 unit di bandingkan desa lainnya, dan lebih banyak menyerap tenaga kerja yang bekerja di usaha mikro batik tersebut. Desa Tanjung Bumi merupakan salah satu desa sentra batik yang mempunyai batik khas gentongan dengan proses pembuatan yang memakan waktu kurang lebih satu tahun dan lebih spesifik kerajinan ini adalah kerajinan tangan. Dalam kasus usaha batik ini selama pandemi mengalami penurunan produksi dan penjualan akibat covid-19. Masyarakat di Desa Tanjung Bumi Selain itu jumlah kemiskinan masih tergolong tinggi. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan tahun 2018 jumlah kemiskinan sebanyak 191,33 ribu jiwa, tahun 2019 jumlah kemiskinan yang sebanyak 186,11 ribu jiwa dan tahun 2020 sebanyak 204,00 ribu jiwa. yang menjadi hal menarik untuk diteliti dan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk pengrajin untuk memulihkan pengembangan usaha batik pasca pandemi covid-19.

Hasil observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti masih terdapat kendala yang dihadapi oleh usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi selama pandemi ini pertama tingkat daya beli masyarakat menurun. Kedua, pengunjung berkurang diakibatkan covid. Adanya pandemi covid-19 membawa dampak di sejumlah sektor salah satunya sektor pariwisata. Ketiga kendala pemenuhan bahan baku. Bahan baku merupakan bahan yang dibutuhkan dalam melakukan proses produksi. Keempat pemasaran dan penjualan batik menurun. Kelima adanya kendala pemenuhan modal. Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Bangkalan sangat dibutuhkan untuk mendukung permodalan usaha dari pelaku usaha mikro tersebut. Sebagai bagian dari penggerak pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya saing industri menempati posisi yang strategis. Potensi besar Kabupaten Bangkalan menjadi modal dasar pengembangan usaha mikro dengan melakukan perencanaan, pengembangan serta pembinaan para pelaku usaha / insan kreatif serta memfasilitasi manajemen pemasaran produk kreatif agar memiliki kualitas, nilai tambah serta harga yang kompetitif di pasaran. Berdasarkan kondisi inilah peneliti mengambil objek penelitian di Kabupaten Bangkalan untuk Menyusun Perencanaan Penguatan Usaha Mikro Batik di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan Ekonomi Lokal

Munir (2007) menyatakan "*LED is the process by which actors within cities/ district (public, bussines and civil society partners) work collectively to enchance the quality of life by better conditions for economic growth, employment generation and assist government to provide better service to its residents.*" PEL pada hakikatnya ialah proses kemitraan antara pemerintah daerah dengan para stakeholders termasuk sector swasta dalam mengelola sumber daya alam dan sumber daya manusia maupun kelembagaan secara lebih baik melalui pola kemitraan dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan kegiatan ekonomi daerah dan menciptakan pekerjaan yang baru.

Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) adalah proses dimana pemerintah local dan organisasi masyarakat terlibat dalam mendorong, merangsang, memelihara aktivitas usaha sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan (Susanti et al., 2013). PEL mempunyai satu tujuan yakni dapat meningkatkan jumlah peluang dan variasi pekerjaan yang tersedia untuk masyarakat setempat. Untuk mencapai hal tersebut, pemerintah dan masyarakat dituntut untuk bisa mengambil inisiatif dan tidak pasif. Setiap kebijakan yang akan diambil dari sector usaha dan publik, serta tindakan ataupun keputusan masyarakat harus pro-PEL dalam mendukung kebijakan pengembangan ekonomi daerah yang sudah disepakati bersama. Kegiatan pengembangan ekonomi lokal sifatnya tidak bisa berdiri sendiri atau saling berkaitan dengan spek publik lainnya.

Ekonomi Kreatif

Era ekonomi kreatif merupakan pergeseran dari era ekonomi pertanian, era industrialisasi, dan era informasi. Departemen perdagangan (2008) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan.berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir padaawal ke-21.Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan.Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Tercatat saat ini ada 58 juta unit UMKM diIndonesia sampai akhir 2016 ini dengan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 58%. Bank Indonesia (BI) mencatat potensi ekonomi kreatif dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto mencapai Rp850 triliun pertahunya dan mampu menciptakan 15 juta tenaga kerja.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Oleh karena itu, Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut.

Pengertian Industri Kreatif

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2007: 10). Sejalan dengan berkembangnya ekonomi kreatif, kenyataan sejarah membuktikan bahwa ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif telah memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan perekonomian di sejumlah negara.

Pengertian UMKM

Menurut Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) 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 dimaksud dalam Undang-undang ini. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Batik

Batik memiliki pengertian yang cukup banyak, para ahli mengemukakan batik dengan pengertiannya masing-masing, namun memiliki arti yang sama. Menurut Oriyati dan Winarni (1982: 89) "Batik merupakan istilah di Indonesia yang menggambarkan suatu

proses pencapan rintang dengan desain yang khas. Perintang tersebut dengan jalan menempelkan malam pada kedua permukaan kain. Selanjutnya dilakukan pencelupan dalam larutan warna pada suhu dingin “.

Batik (atau kata batik) berasal dari bahasa Jawa “amba” yang artinya menulis dan “titik”. Kata batik merujuk pada kain dengan corak yang dihasilkan oleh bahan “malam”(wax) yang dilapiskan ke atas kain, sehingga menahan masuknya bahan pewarna (dye), atau dalam bahasa Inggris “wax-resist dyeing”. Batik adalah kerajinan yang memiliki seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sejak lama. Perempuan-perempuan Jawa di masa lampau menjadikan keterampilan mereka dalam membatik sebagai mata pencaharian, sehingga di masa lalu pekerjaan membatik adalah pekerjaan eksklusif perempuan, tetapi ketika ditemukannya batik cap, maka laki-laki pun ikut andil dalam bidang ini. Teknik membatik sudah dikenal sejak ribuan tahun yang silam. Tidak ada keterangan sejarah yang cukup jelas tentang asal usul batik. Ada yang menduga teknik ini berasal dari bangsa Sumeria, kemudian dikembangkan di Jawa setelah dibawa oleh para pedagang India. Saat ini batik bisa ditemukan di banyak negara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Srilangka, dan Iran. Selain di Asia batik juga sangat populer di beberapa negara di benua Afrika. Walaupun demikian, batik yang sangat terkenal di dunia adalah batik yang berasal dari Indonesia, terutama dari pulau Jawa (Dedi S, 2009: 1).

Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dalam umkm terdiri dari kata strategi dan pengembangan. Strategi merupakan suatu pendekatan yang mempunyai kaitan dengan sebuah pelaksanaan ide, gagasan, dan perencanaan dalam pelaksanaan kegiatan di waktu tertentu. Strategi juga merupakan sebuah implementasi dalam mengambil keputusan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu dalam melakukan strategi yang baik perlu adanya koordinasi yang baik dengan tim kerja, mempunyai tema, adanya faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, adanya pendanaan yang efisien dan mempunyai taktik untuk mencapai tujuan yang efektif (Alyas dan Rakib, 2017:115)

Sedangkan pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara konseptual, teoritis, dan teknis untuk meningkatkan kebutuhan pekerjaan melalui pelatihan dan pendidikan. Pengembangan dalam umkm ini pada dasarnya yakni sebagai pelaku usaha yang memiliki daya saing dengan meningkatkan produktifitas usahanya dengan cara peningkatan adaptasi yang dibutuhkan oleh keadaan pasar, inovasi, dan adanya penerapan dalam penggunaan teknologi (Afifudin, 2010:180).

Oleh karena itu, dalam menciptakan sebuah strategi pengembangan umkm perlu adanya stakeholder atau elemen-elemen yang terlibat didalamnya. dan tidak dapat berdiri sendiri. Apalagi dalam pengembangan umkm sudah menjadi tanggung jawab pemerintah dan masyarakat sebagai pelaku utama. Dalam hal ini upaya untuk melakukan pengembangan umkm diantaranya yaitu penciptaan iklim yang kondusif, bantuan permodalan, pengembangan dalam suatu usaha, pelatihan, pengembangan dalam penjualan dan pengembangan dalam kerjasama.

METODE PENELITIAN

Metode Kualitatif

Dalam penelitian perencanaan penguatan usaha mikro batik di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak bisa dicapai dengan menggunakan cara kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Rukajat, 2018).

Jenis dan Sumber Data

Penelitian perencanaan penguatan usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi Di Kabupaten Bangkalan menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari survei lapangan atau sumber aslinya (Murdiyanto, 2020, p. 53). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan pelaku usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi, Dinas terkait, dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi responden.

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Murdiyanto, 2020, p. 53). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan dengan UMKM serta dari instansi terkait seperti dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan, serta Badan Pusat Statistik (BPS).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi. Observasi merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Observasi atau pengamatan merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati kegiatan manusia, kondisi sosial dan bagaimana perasaan waktu menjadi bagian dari kondisi tersebut secara langsung (Murdiyanto, 2020). Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan memberi responden atau narasumber berupa beberapa pertanyaan- pertanyaan untuk memperoleh suatu data yang akan diteliti. Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk membantu melengkapi data-data yang didapat dari hasil penelitian, sehingga data-data yang diperoleh dapat digunakan dalam penelitian. Dokumentasi dapat berupa foto maupun sebuah video.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian strategi pengembangan usaha mikro batik Kecamatan Tanjung Bumi menggunakan Analisis SWOT (Khoiroh, 2017) . Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan atau *strengths* dan kelemahan atau *weakness*. Sedangkan faktor eksternal yakni peluang atau *opportunities* dan ancaman atau *threats*. Alat yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor tersebut disebut matrik SWOT. Sebelum penyusunan matrik SWOT diperlukan analisis IFAS dan EFAS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengukur serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Usaha mikro batik Tanjung Bumi, peneliti menggunakan metode analisis data Kuantitatif. Analisis yang dipilih adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah diperoleh, maka dapat di klasifikasikan sesuai dengan S-W-O-T. sehingga terdapat 6 kekuatan (S), 6 kelemahan (W), 6 peluang (O) dan 7 ancaman (T). Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Analisis SWOT

<p>Kekuatan (S) Adanya potensi batik tulis di Desa Tanjung Bumi Terdapat pasar tradisional yang berfungsi sebagai penghubung jaringan sosial warga setempat Pengusaha batik mempunyai pelanggan tetap Pengusaha mempunyai tempat distribusi tetap Penggunaan bahan baku kain yang berkualitas Pengusaha memiliki motif batik tulis yang khas dan unik</p>	<p>Kelemahan (W) Pengusaha menggunakan modal sendiri untuk mengembangkan usaha batik Kemampuan karyawan yang terbatas dalam pemasaran batik Kualitas pendidikan karyawan yang masih rendah (mayoritas pekerja lulusan SD) Pengemasan produk yang masih sederhana Sistem pembukuan keuangan yang masih sederhana Rendahnya penggunaan teknologi membuat batik</p>
<p>Peluang (O) Promosi menggunakan sosial media Promosi produk secara langsung (dari mulut ke mulut) Adanya pinjaman modal dari BANK Pemerintah mengadakan pelatihan pemasaran online secara rutin untuk pengusaha batik di Kecamatan Tanjung Bumi. Pemberian fasilitas pameran keluar daerah dan memberikan fasilitas stand yang bebas biaya sewa bagi pengusaha kerajinan batik di Tanjung Bumi. Pemerintah memberikan fasilitas bagi pengusaha kerajinan batik dalam memperoleh hak paten.</p>	<p>Ancaman (T) Harga batik Tanjung Bumi stagnan selama pandemi Minat pelanggan terhadap batik selama pandemi menurun Adanya produk batik printing Pesaing dari UMKM sejenis Cuaca mempengaruhi proses produksi batik Kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi proses produksi Bahan baku yang sulit didapat akibat adanya PPKM selama pandemi</p>

Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan atau *strengths* dan kelemahan atau *weakness*. Sedangkan faktor eksternal yakni peluang atau *opportunities* dan ancaman atau *threats*. Alat yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor tersebut disebut matrik SWOT. Sebelum penyusunan matrik SWOT diperlukan analisis IFAS dan EFAS.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis*)

Summary). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*). Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

Tabel 3. Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

IFAS	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
Adanya industri kerajinan Batik Tulis di Desa Tanjung Bumi	0.129	3.2	0.414
Terdapat pasar tradisional yang berfungsi sebagai penghubung jaringan sosial warga setempat	0.104	2.7	0.280
Pengusaha batik mempunyai pelanggan tetap	0.060	3	0.181
Pengusaha mempunyai tempat distribusi tetap	0.105	2.6	0.273
Penggunaan bahan baku kain yang berkualitas	0.082	3.2	0.263
Pengusaha memiliki motif batik tulis yang khas dan unik	0.112	2.6	0.290
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Kekurangan modal untuk mengembangkan usaha	0.081	2.4	0.194
Kemampuan karyawan yang terbatas dalam pemasaran batik	0.047	2.2	0.104
Kualitas pendidikan karyawan yang masih rendah (mayoritas pekerja lulusan SD)	0.038	2.1	0.081
Pengemasan produk yang masih sederhana	0.087	1.6	0.139
Sistem pembukuan keuangan yang masih sederhana	0.088	2.1	0.186
Rendahnya penggunaan teknologi membatik.	0.065	2	0.131
Total	1.000		

Sumber : Data Olahan

Tabel 4. Matrik EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary)

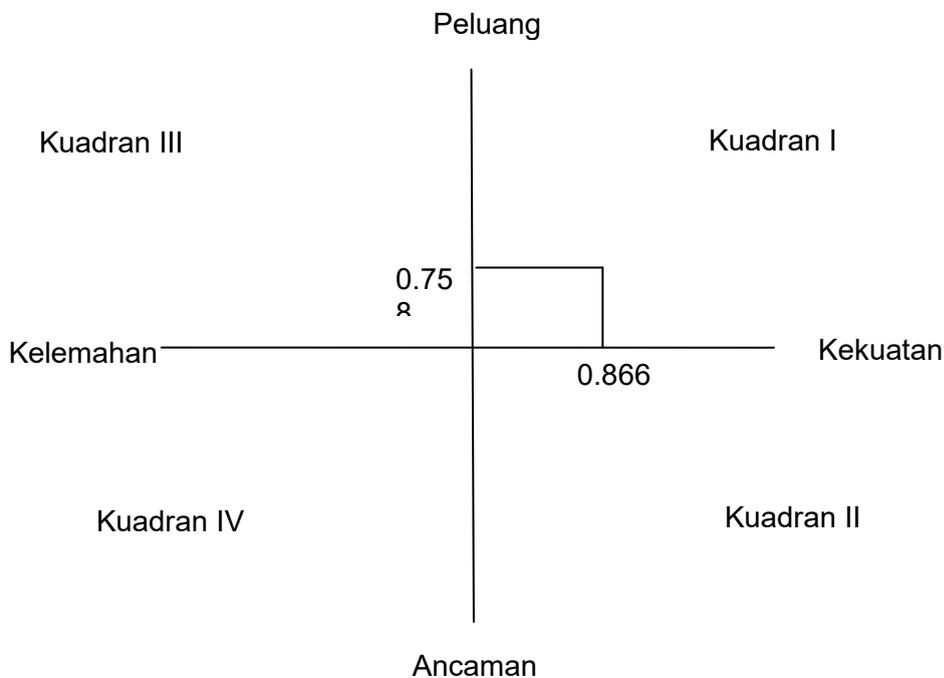
EFAS	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1. Promosi menggunakan sosial media	0.114	3.4	0.377
2. Promosi produk secara langsung (dari mulut ke mulut)	0.102	3.30	0.347
3. Adanya pinjaman modal dari BANK	0.095	2.9	0.274
4. Pemerintah mengadakan pelatihan pemasaran online secara rutin untuk pengusaha batik di kecamatan tanjung bumi.	0.086	3.9	0.334
5. Pemberian fasilitas pameran keluar daerah dan memberikan fasilitas stand yang bebas biaya sewa bagi pengusaha kerajinan batik di tanjung bumi.	0.069	3	0.208
6. Pemerintah memberikan fasilitas bagi pengusaha kerajinan batik dalam memperoleh hak paten.	0.082	3.1	0.255
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Harga batik tanjung bumi stagnan selama pandemi	0.038	2.7	0.104
2. Minat pelanggan terhadap batik selama pandemi menurun	0.071	2.3	0.164
3. Adanya produk batik printing	0.036	2.5	0.091
4. Pesaing dari UMKM sejenis	0.090	2.2	0.198
5. Cuaca memperngaruhi proses poduksi batik	0.047	1.8	0.085
6. Kenaikan harga bahan bahan baku yang mempengaruhi proses produksi	0.063	2.4	0.150
7. Bahan baku yang sulit didapat akibat adanya PPKM selama pandemi	0.102	2.4	0.245
TOTAL	1.00		

Sumber : Data Olahan

Tabel 5. Perhitungan IFAS dan EFAS

No	Keterangan	Penjumlahan	Hasil
1	Total Skor Kekuatan-Total Skor Kelemahan	1.701-0.835	0.866
2	Total Skor Peluang-Total Skor Ancaman	1.796-1.038	0.758

Sumber : Data Olahan



Gambar 1. Kuadran SWOT

Hasil perhitungan IFAS dan EFAS mendapatkan hasil bahwa strategi yang di rekomendasikan berada pada kuadran I dengan kekuatan sebesar 0.866 dan peluang sebesar 0.758. kuadran ini terkait dengan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang bisa diterapkan dalam kondisi saat ini adalah mendukung strategi agresif.

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Batik

Hasil perhitungan pada sub bab sebelumnya maka dapat dirumuskan beberapa strategi terkait strategi pengembangan usaha mikro batik di Desa Tanjung Bumi. Strategi ini di dapat dari usulan informan sekaligus memberikan pembobotan pada sub bab sebelumnya. Strategi pengembangan usaha mikro batik di Desa Tanjung Bumi dapat dilihat pada tabel

Tabel 6. Strategi Matriks SWOT

<p>IFAS</p>	<p>STRENGTH(S)</p> <p>Adanya industri batik tulis di Desa Tanjung Bumi Terdapat pasar tradisional yang berfungsi sebagai penghubung jaringan sosial warga setempat Pengusaha batik mempunyai pelanggan tetap Pengusaha mempunyai tempat distribusi tetap Penggunaan bahan baku kain yang berkualitas Pengusaha memiliki motif batik tulis yang khas dan unik</p>	<p>WEAKNESSES(W)</p> <p>Pengusaha menggunakan modal sendiri untuk mengembangkan usaha batik Kemampuan karyawan yang terbatas dalam pemasaran batik Kualitas pendidikan pengrajin yang masih rendah (mayoritas pekerja lulusan SD) Pengemasan produk yang masih sederhana Sistem pembukuan keuangan yang masih sederhana Rendahnya penggunaan teknologi membuat</p>
<p>EFAS</p> <p>OPPORTUNIES (O)</p> <p>Adanya pinjaman modal dari bank Promosi menggunakan sosial media Promosi produk secara langsung (dari mulut ke mulut) Pemerintah mengadakan pelatihan pemasaran online secara rutin untuk pengusaha batik di Kecamatan Tanjung Bumi. Pemberian fasilitas pameran keluar daerah dan memberikan fasilitas stand yang bebas biaya sewa bagi pengusaha kerajinan batik di tanjung bumi. Pemerintah memberikan fasilitas bagi pengusaha kerajinan batik dalam memperoleh hak paten.</p>	<p>STRATEGI (SO)</p> <p>Memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung Memanfaatkan media sosial (<i>whatsapp, instagram, facebook, twitter</i>) untuk memasarkan batik secara online. Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin.</p>	<p>STRATEGI (WO)</p> <p>Pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan memperluas pangsa pasar Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan SDM pembatik.</p>
<p>TREATS (T)</p>	<p>STRATEGI (ST)</p>	<p>STRATEGI (WT)</p>

Harga batik Tanjung Bumi stagnan selama pandemi Minat pelanggan terhadap batik selama pandemi menurun Adanya produk batik printing Pesaing dari UMKM sejenis Cuaca mempengaruhi proses produksi batik Kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi proses produksi Bahan baku yang sulit didapat akibat adanya PPKM selama pandemi	Menjalin kerjasama antara pengusaha batik dengan suplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku pembuatan batik.	Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk memahami pembuatan pembukuan agar dapat mengelola keuangan dengan baik.
---	--	---

Strategi S-O (Strenght - Opportunities)

Startegi S-O memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung. Dalam memasarkan produk diperlukan pemasaran yang baik dan benar. Salah satunya dengan pemasaran *word of mouth* ialah stratergi dari mulut ke mulut. Sebelum adanya kemajuan dalam teknologi, pengrajin batik tulis mempromosikan produk mereka dengan pemasaran langsung dari mulut ke mulut dengan memberikan contoh kain kepada instansi-instansi tertentu, meninggalkan kartu nama, dan juga menjalin relasi dengan orang-orang baru. Mempunyai produk atau layanan yang bagus dan memberikan pengalaman yang kuat kepada pelanggan merupakan kunci utama dari pemasaran mulut ke mulut. Konsumen atau pelanggan yang puas dengan produk ataupun layanan yang kamu berikan akan merekomendasikannya ke keluarga, teman bahkan pengikut (*followers*) di sosial media.

Menurut penelitian Fikri (2018) distribusi batik yang dijual di Pasar Klewer diperoleh dari beberapa industri rumahan yang berasal dari daerah setempat ataupun luar Kota Surakarta yang kemudian didistribusikan ke pedagang di Pasar Klewer mulai dari pedagang lapak, PKL, kios kecil ataupun kios besar lalu dijual kembali ke para konsumen atau perorangan yang datang ke Pasar Klewer. Distribusi batik pada pedagang dengan pelayanan distributor biasanya mendapat batik dengan memproduksi dari pabrik. Para distributor mempunyai koneksi dengan pabrik yang memproduksi batik yang kemudian dijual kembali. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa distributor menjual batik dalam jumlah besar ke Pasar Klewer dan distributor mempunyai pelanggan tersendiri yang biasanya mengambil barang dagangan mereka untuk di jual kembali kepada konsumen mereka.

Memanfaatkan media sosial (*whatsapp, instagram, facebook, twitter*) untuk memasarkan batik secara online. Pelaku usaha mikro batik Tanjung Bumi dapat memasarkan batik dengan berbagai macam cara misalnya dapat dilakukan secara

langsung ataupun dengan sosial media (*facebook, instagram, website, whatsapp*). media sosial dapat digunakan sebagai alat promosi batik untuk mempermudah penjualan ke konsumen. Selain itu pemasaran menggunakan media sosial dapat menjangkau konsumen ataupun pelanggan batik yang dari luar pulau Jawa bahkan mancanegara. Penelitian Pangestu & Susanto (2019) peningkatan penjualan dan perkembangan merek yang didapat oleh batik tusta terletak pada interaksi yang aktif melalui media sosial Instagram dan konsisten dalam membuat konten-konten yang menarik di media sosial Instagram serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada Instagram dalam melakukan kegiatan promosi seperti menggunakan Instagram ads setiap harinya sehingga menciptakan *engagement* yang meningkatkan *traffic* pada Instagram batik tusta.

Hasil wawancara dengan pelanggan dan pengikut Instagram batik tusta dari penggunaan ads atau iklan berbayar di Instagram dan batik tusta fokus pada penggunaan ads atau iklan berbayar di Instagram dan batik tusta memang lebih fokus pada penggunaan Instagram ads dalam melakukan promosi dibandingkan dengan kegiatan promosi lainnya, karena Instagram ads mempunyai dampak yang besar dalam menjangkau target dipasaran. Penelitian (Tamamudin, 2015) Strategi Batik Tulis Pekalongan menggunakan strategi bauran promosi atau promotional mix yakni memperhatikan dan menjaga perpaduan antara personal selling dengan membuka gerai atau toko layanan *email* atau *e-commerce, advertising* dengan mengiklankan di beberapa media elektronik maupun surat kabar, promosi penjualan dengan beberapa pameran yang diadakan di Pekalongan ataupun diluar Pekalongan dan publisitas dengan cara memanfaatkan internet.

Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin. Perkembangan usaha mikro batik semakin hari semakin pesat. Pemerintah Kecamatan yang bekerja sama dengan DPMD melakukan pelatihan pemasaran online untuk pengusaha Batik Tulis Tanjung Bumi selama pandemi ini. Kegiatan ini dilakukan di Kecamatan Tanjung Bumi. upaya ini dilakukan pemerintah kecamatan untuk mempermudah pelaku usaha batik tulis Tanjung Bumi dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan. Karena saat pandemi covid-19 saat ini sangat efektif dan efisien jika para pelaku usaha mikro memasarkan produk mereka dengan pemasaran secara online. Dengan begitu produk yang mereka hasilkan akan lebih mudah diketahui oleh masyarakat dan konsumen tidak perlu lagi melakukan kontak langsung dengan konsumen atau pembeli agar tidak tertular virus Covid-19. Menurut penelitian Fadiah et al., (2021) peningkatan pemasaran produk usaha melalui pemanfaatan medsos sebagai sarana pemasaran produk hasil usaha di desa menjadi sudah baik. Setelah kegiatan pelatihan yang dilaksanakan, pelaku usaha mempunyai akun Facebook dan Instagram telah memanfaatkan medsos untuk promosi hasil usaha mereka. Dengan menggunakan medsos sebagai sarana pemasaran maka dapat memperluas pasar dari produk yang mereka jual sehingga diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan dan perekonomian nasional dapat berjalan selama pandemi covid-19.

Strategi W-O (Weakness - Opportunities)

Strategi W-O pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Pemasaran batik tulis Tanjung Bumi juga dapat dilakukan dengan cara langsung dengan mengikuti kegiatan pameran-pameran yang diadakan event tertentu. Keunggulan saat mengikuti adalah dapat mengenalkan batik tulis Tanjung Bumi dengan motif yang beraneka

ragam yang khas dan unik kepada masyarakat luas baik domestik maupun internasional agar lebih menggunakan batik dalam acara resmi maupun tidak resmi karena batik merupakan warisan Indonesia yang sudah diakui oleh dunia dan kita sebagai warga Negara Indonesia sendiri harus melestarikan budaya nenek moyang Indonesia agar tidak punah.

Penelitian Tamamudin (2015) berbagai kemudahan yang dapat dirasakan dari strategi promosi antara lain dengan adanya internet sangat memudahkan para pemilik usaha untuk dapat memperjualbelikan batik secara terbuka di dunia maya, selain itu peran pemerintah dalam mempromosikan Batik Pekalongan juga sangat membantu dengan mengadakan event disetiap tahunnya mulai dari pameran batik, pagelaran busana, gala dinner dan lainnya. Adanya beberapa grosir juga sangat membantu meningkatkan penjualan batik tulis.

Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan SDM pembatik. Para pengusaha batik memiliki karyawan mulai dari anak sekolah sampai dengan ibu-ibu. Kemampuan yang dimiliki masing-masing pengrajin hanya sebatas membatik sesuai ketrampilan yang dimiliki. Para pengrajin batik perlu mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah yang berkaitan dengan membatik. Selain akan menambah produktivitas pengrajin batik juga akan menambah pengalaman pengrajin dalam ilmu membatik.

Penelitian Oktavian & Widodo (2020) pelatihan membatik di desa Kludan dapat memberikan motivasi peserta pelatihan secara kewirausahaan, sehingga pelatihan membatik tidak hanya memberikan ketrampilan membatik tetapi juga mendukung keluarga. Dengan memberikan pelatihan tentang dukungan pendapatan keluarga dan dukungan di targetkan dengan partisipasi masyarakat. Hal tersebut dicapai dengan yang awalnya ibu rumah tangga setelah mengikuti pelatihan membatik menjadi mempunyai ketrampilan membatik. Dari 7 yang diteliti, sebanyak 87% pendapatan keluarga meningkat, dan 13% keluarga tetap, karena pelatihan masih berjalan sebagai penunjang pendapatan keluarga di desa tersebut. Jadi pelatihan membatik tidak hanya memberikan pelatihan membatik saja, melainkan juga dapat memberikan motivasi masyarakat untuk berwirausaha dan agar dapat membantu meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin.

Strategi S-T (Strength T- Threats)

Strategi S-T yaitu menjalin kerjasama antara pengusaha batik dengan supplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku pembuatan batik. Menjalinkan kerjasama dengan supplier bahan baku pembuatan batik merupakan strategi yang harus dilakukan oleh pengusaha mikro Batik Tulis Tanjung Bumi. Kerjasama dilakukan agar pengusaha memperoleh stok bahan baku yang berkualitas, mendapatkan harga bahan baku terbaik. Ancaman lain yang dihadapi usaha mikro batik tulis Tanjung Bumi adalah naiknya harga bahan baku batik. Pandemi covid-19 membuat bahan baku batik Tanjung Bumi mengalami kenaikan. Terutama pada kain batik dan malam. Strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha batik ialah dengan cara menyetok bahan baku kain dan pewarnaan lebih banyak dari biasanya untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku jika sewaktu-waktu mengalami kenaikan.

Para pelaku usaha mikro batik tulis tidak perlu khawatir menaikkan harga jual batik jika

tidak ingin kehilangan pelanggan mereka. Sehingga saat pandemi seperti ini para pengusaha batik Tanjung Bumi tidak akan kesulitan untuk mendapatkan hasil bahan baku dan proses produksi akan terus berlangsung tanpa ada kendala. Pengusaha batik melakukan di Kota Pekalongan melakukan suatu kerja sama yang berbentuk koperasi batik setono (Najmisalam et al., 2016). Koperasi ini dibentuk oleh para pengusaha batik dikota pekalongan untuk mengajak usaha bersama agar dapat mempermudah pembelian bahan baku untuk membuat batik bersama-sama sehingga harga bahan baku bisa menjadi lebih murah.

Bahan baku merupakan faktor penting dalam proses produksi disamping tidak terlepas dari bidang yang lain seperti pemasaran, keuangan, dan personalia (Kurniawan, 2005). Tanpa adanya persediaan bahan baku produksi tidak akan berjalan dengan baik oleh karena itu pengaturan persediaan bahan baku harus dilakukan dengan sebaik-baiknya. Dengan memperhatikan waktu pemesana maka biaya-biaya seharusnya dikeluarkan bisa ditekan. Persediaan bahan baku yang melimpah tidak akan mengganggu proses produksi karena mempunyai persediaan bahan baku. Namun persediaan baku yang terlalu banyak akan menimbulkan resiko kerusakan dan kehilangan bahan baku yang semakin besar, sebaliknya saat persediaan terlalu kecil maka akan mengganggu proses produksi. Tingginya pemesanan membuat ongkos pemesanan semakin banyak, jadi pengendalian pengadaan bahan baku perusahaan harus dapat menentukan secara tepat jumlah persediaan bahan baku yang ada agar dapat memperlancar proses produksi dengan biaya yang minimal.

Strategi W-T (Weakness - Threats)

Startegi W-T memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk memahami pembuatan pembukuan agar dapat mengelola keuangan dengan baik. Usaha yang dilakukan oleh pengrajin batik mempunyai kelemahan dalam hal pembukuan. Setiap transaksi yang keluar dan transaksi yang masuk tidak dicatat secara rinci. Pentingnya pelatihan ini yang akan diadakan oleh pemerintah untuk pelaku usaha khususnya berkaitan dengan khas masuk dan khas keluar agar pelaku usaha dapat mempunyai strategi dalam mengatur keuangan dengan baik. Misalnya untuk dapat membeli bahan baku dengan jumlah yang banyak dari biasanya saat terjadi kenaikan harga bahan baku nantinya. Penelitian Sari (2017) menemukan bahwa pemahaman tentang pencatatan laporan keuangan semakin tinggi sesudah mengikuti pelatihan pembukuan sederhana bagi usaha mikro dapat meningkatkan akses permodalan usaha.

PENUTUP

Kesimpulan

Kondisi dan posisi UMKM batik tulis yang berada di Desa Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan berdasarkan analisis SWOT diperoleh hasil bahwa kondisi UMKM batik tulis yang berada di desa tersebut berada dalam posisi pertumbuhan. Adapun alternatif strategi yang dapat digunakan untuk menyusun perencanaan penguatan usaha mikro batik di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan selama pandemi yakni: (a) Memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung, (b) Memanfaatkan media sosial (*whatsapp, instagram, facebook, twitter*) untuk memasarkan batik secara online, (c) Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin, (d) Pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan

meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, (e) Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan SDM pembatik, (f) Menjalin kerjasama antara pengusaha batik dengan supplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku, (g) Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk memahami pembuatan pembukuan agar dapat mengelola keuangan dengan baik.

Saran

Saran untuk Pemerintah Kabupaten Bangkalan : pemerintah lebih sering mengadakan pelatihan batik untuk karyawan ataupun pemilik. Pelatihan tersebut berupa pelatihan pemasaran maupun pelatihan pembukuan, tujuannya untuk mempermudah pengusaha batik dalam memasarkan produk batik tulis mereka selama pandemi covid-19. pengusaha batik juga dapat mengatur keuangan usaha yang mereka jalankan dengan baik. Selain itu kerjasama dapat dilakukan antara pemerintah setempat dengan beberapa instansi di Kabupaten Bangkalan untuk menggunakan batik sebagai identitas daerah. untuk pengusaha batik tulis : hendaknya pengusaha batik tulis dapat menerapkan alternatif strategi berdasarkan analisis SWOT terhadap faktor-faktor strategis baik dari aspek internal maupun aspek eksternal supaya pengusaha terinspirasi untuk memanfaatkan ide yang belum pernah digunakan sehingga pengusaha batik tulis dapat menggunakan alternatif strategi yang baru. Peneliti selanjutnya : hendaknya peneliti selanjutnya agar mencoba untuk menindaklanjuti penelitian yang sudah dilakukan yang berkaitan dengan strategi pengembangan dan alternatif strategi pengembangan sesuai dengan situasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120.
- Djauhari, S. A. D. P., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2019). Perancangan Kemasan Produk Batik Lokal Tanjung Bumi Toko Merdeka Marlina Dan Promosinya. *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain*.
- Elvin, Kalista, E., & Dkk. (2019). *Penggunaan Digital Marketing Sosial Media Pada Batik SR Batam*.
- Erliyana. (2021). *Analisis Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Batik Al- Hadad Jambi Seberang Kecamatan Pelayangan Kota Jambi*.
- Fadiah, H., Setiawan, Muhamad Rivandi, & Setiawan, I. (2021). Peran Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Pelaku Usaha Rumahan Melalui Pemanfaatan Media Sosial Didesa Manjalling Kecamatan Bajeng Barat, Kabupaten Gowa. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintah*, Vol.3, No., 63–77.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/Hum.V21i1.38075>
- Faisal, F. A. (2020). *Analisis Biaya Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Liquid Hero 57 Study Kasus Pada Cv. Cloud Heaven Makassar*.
- Faradisa, A. (2021). *Strategi Pengembangan Umkm Batik Tulis (Kasus, Studi Batik, Kampung Kecamatan, Kemplong Kabupaten, Wiradesa)*.
- Fikri, M. F. (2018). *Analisis Jaringan Perdagangan Batik Di Pasar Klewer*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firdaus, R. (2021). Strategi Bertahan Dan Promosi UMKM Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang). *Jurnal*
-

Ekonomi Dan Manajemen.

- Hidayat, A. (2013). *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor – Faktor Produksi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Kelurahan Kauman.*
- Indriyatni, L. (2013). *Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil.* 5(1), 54–70.
- Khoiroh, S. M. (2017). *Optimalisasi Pengembangan Kampung Industri Batik Tulis Daerah Berdasarkan Mapping Value Chain.* 8–9.
- Kurniasih, R. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Batik Tulis Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA), Vol 20.*
- Kurniawan, K. R. (2014). Nalisis Strategi Pemasaran Batik Al-Warits Bangkalan Madura. *Manajemen.*
- Kurniawan, T. Agus. (2005). *Evaluasi Persediaan Bahan Baku Kain Sutera Tipe 58 (Pada PT. Batik Hadi Surakarta).* Sebelas Maret Surakarta.
- Kusnadi, Y. Dan M. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Jurnal Paradigma, XVIII(2),* 89–101.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ijurnal/index.php/Paradigma/article/download/1183/96>
- Majir, A. (2021). *Pendidikan Kewirausahaan Teori Dan Praktik.* CV Budi Utama.
- Merauje, D. (2017). *Mengembangkan Ekonomi Lokal* (N. D. Retnandari (Ed.)). Pustaka Pelajar.
- Miati, I. (2020). Kualitas Produk Pada Industri Batik Gendhies Kota Banjar Product Quality In Batik Gendhies Industry In Banjar City. *Jurnal Penelitian Ilmu Administrasi Niaga.*
- Murdiyanto, D. E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya.*
- http://www.academia.edu/download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitaif.Docx
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana,* 1(10), 77–85.
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654>
- Najmisalam, M. Kaffin, Prananingtyas, P., & Mahmudah, S. (2016). Analisis Hukum Bentuk Kerjasama Pengusaha Batik Dikota Pekalongan. *Diponegoro Law Journal, Volume 5,* 1–11.
- Nurhakiki, R. (2021). *Analisis Pendapatan Pengrajin Batik Dua Serangkai Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Dimasa Covid-19 Didesa Mendalo Barat.*
- Oktavian, Mochamad Lucky, & Widodo. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pelatihan Membatik Membatik Dalam Menunjang Pendapatan Keluarga Didesa Kludan Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua, Volume 4,* 92–101.
- P.Silitonga, F. M. R. (2017). Strategi Pengembangan Umkm Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis Di Desa Gulurejo Dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo. *Вестник Росздравнадзора,* 6, 5–9.
- Pangestu, N., & Susanto, E. H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Batik Tulis (Studi Kasus Akun Instagram @Batik Tusta). *Prologia, Vol. 3, No,* Hal 401-407.
- Prambudy, D. E. N. (2012). *Kajian Batik Tulis Surakarta Di Rumah Industri “ Retno Mulyo ” Bayat Klaten.*
- Prasetyo, S. A. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi Dari Wilayah Dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi,* 10(1), 51–60.
<https://doi.org/10.15294/Imajinasi.V10i1.8816>

- Qomarudin. (2011). *Analisis Efisiensi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Batik Di Desa Kauman Kota Pekalongan Dengan Metode Envelopment Analysis (DEA)*. 76.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Jakarta.
- Risfan Munir, B. F. (2007). *Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif: Masalah, Kebijakan Dan Panduan Pelaksanaan Kegiatan*. Local Governance Support Program(LGSP).
- Rosyada, M., & Wigiawati, A. (2020). *Strategi Survival Umkm Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada "Batik Pesisir" Pekalongan)*. 4, 189–214.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.
- Santika, I Dewa Agung. Kartika, I. N. (2017). Pengaruh Modal , Tenaga Kerja , Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Usaha Kerajinan Industri Kreatif Pengrajin. *Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 1431–1458.
- Sari, C. T. (2017). Pentingnya Pembukuan Sederhana Bagi Kelompok UMKM KUB Murakabi Desa Ngargoyoso. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1, No, 17–21.
- Sari, I. P., Wulandari, S., & Maya, S. (2018). Hki Pada Batik Tulis Indonesia (Studi Kasus Batik Tulis Tanjung Bumi, Madura). *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(2), 145–158. <https://doi.org/10.26740/jepk.v6n2.p145-158>
- Sari, R. N., & Alwiyah. (2020). No Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Batik Di Kabupaten Sumenep. *Akuntansi*, Volume 1,.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.lainponorogo.ac.id/484/1/Method Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.Pdf](http://repository.lainponorogo.ac.id/484/1/Method%20Penelitian%20Kualitatif%20Di%20Bidang%20Pendidikan.pdf)
- Subekti, D. W., Syakir, & Mujiyono. (2019). Pengembangan Desain Motif Batik Semarang Pada Unit Usaha Batik Figa Semarang. *Jurnal Of Arts Education*.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suharwati, S. I. (2019). *Pengembangan Industri Batik Tulis Sebagai Potensi Daerah (Studi Kasus Di Desa Klampar Kabupaten Pamekasan)*. 13–21. <https://doi.org/10.18860/jpips.v6i1.7822>
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. PT Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto, S., Novandari, W., & Setyawati, S. M. (2016). Efektifitas Pelatihan Partisipatori Industri Kreatif Batik Tulis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 139. <https://doi.org/10.24914/jeb.v19i1.484>
- Susanti, E. A., Hanafi, I., & Adiono, R. (2013). Pengembangan Ekonomi Lokal Dalam Sektor Pertanian (Studi Pada Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(4), 31–40.
- Susanto, H. A. (2015). *Tingkat Efisiensi Produksi Dan Pendapatan Usaha Kecil (Studi Pengolahan Ikan Asin Di Kota Pekalongan)*. University Press.
- Tamamudin. (2015). Promosi Industri Batik Pekalongan (Penerapan, Kemudahan, Dan Hambatan). *Jurnal Hukum Islam*, Volume 13, Hal 99-107.
- Tamtomo, H., & Sandria, W. (2021). Kajian Peningkatan Sumber Daya Manusia Bidang Pemasaran Batik Jambi (Studi Kasus: Pengrajin Batik Jambi CV. Kreasi Batik Asmah). *Manajemen Dan Sains*.
- Wanty, E. E. (2006). *Analisis Produksi Batik Cap Dari UKM Batik Kota Pekalongan (Studi Pada Sentra Batik Kota Pekalongan-Jawa Tengah)*.
-