



**ANALISIS SWOT PADA INDUSTRI KERAJINAN
BATIK GRIYA BATIK MAS PEKALONGAN**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

**Jaya Parlindungan Sihombing
NIM 7101411323**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian

skripsi pada:

Hari: *Senin*

Tanggal: *27 April 2015*

Mengetahui,

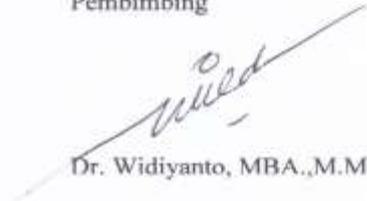
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Dr. Ade Rustiana, M. Si.

NIP. 196801021992031002

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Widiyanto", is written over the name of the supervisor.

Dr. Widiyanto, MBA.,M.M.

NIP. 196302081998031001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

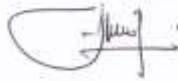
Hari : 30 April 2015
Tanggal :

Penguji Utama



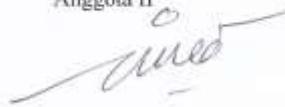
Drs. Syamsu Hadi, M.Si
NIP. 195212121978031002

Anggota I



Dra. Harmanik, M.Si
NIP.195108191980032001

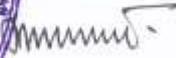
Anggota II



Dr. Widiyanto, MBA., M.M
NIP.196302081998031001



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Wahyono, M.M
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

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

Semarang, Mei 2015



Jaya Sihombing
NIM 7101411323

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Mintalah, maka akan diberikan kepadamu;

Carilah, maka kamu akan mendapat;

Ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu”.

(Matius 7:7)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur pada Tuhan YME atas segala karunia-Nya, skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Bapak dan Ibu tercinta yang paling aku hormati dan kusayangi, serta seluruh keluargaku yang senantiasa memberi doa dan dukungannya.
- Almamaterku

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS SWOT PADA INDUSTRI KERAJINAN BATIK GRIYA BATIK MAS PEKALONGAN”.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (satu) guna meraih gelar Sarjana Pendidikan. Penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijakannya.
2. Dr. Wahyono, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang dengan kebijaksanaanya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi yang baik.
3. Dr. Ade Rustiana, M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menyusun skripsi dan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
4. Dr. Widiyanto, MBA., M.M. Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Drs. Syamsu Hadi, M.Si. Penguji Utama yang telah mengoreksi skripsi ini hingga mendekati kebenaran.
6. Dra. Harnanik, M.Si. Penguji Kedua yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.

7. M. Nabil Diputra, SE. Pemilik Griya Batik MAS di Kelurahan Kauman Pekalongan yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
8. Hj. Elawati AR. B.Sc. Ketua Bidang Pendidikan dan Pelatihan SDM di Kelurahan Kauman Pekalongan yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
9. Hari Purnomo. Lurah Kauman Pekalongan yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
10. Disperindag Pekalongan yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kemudian atas bantuan dan pengorbanan yang telah diberikan, semoga mendapat berkah dari Tuhan Yang Maha Esa. Jika ada kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini, penulis menerima dengan senang hati. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan mahasiswa pendidikan ekonomi koperasi pada khususnya.

Semarang, Mei 2015

Penulis

SARI

Sihombing, Jaya Parlindungan, 2015. *"Analisis SWOT Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik MAS Pekalongan"* Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing :Dr. Widiyanto, MBA., M.M.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Kerajinan Batik, SDM, Bahan baku, Teknologi, Pemasaran.

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan. Sektor industri merupakan sektor paling tinggi kontribusinya terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan Pendapatan Asli Daerah Pekalongan. Sektor industri yang paling banyak di Pekalongan adalah industri kerajinan batik. Toko batik yang terkenal di Pekalongan salah satunya adalah Griya Batik MAS. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk Pendidikan dan Pelatihan terhadap SDM pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS?, bagaimana kondisi SDM, bahan baku, pemasaran, dan teknologi pada Griya Batik MAS?, bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal pada industri kerajinan Batik Griya Batik MAS?. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui bentuk Pendidikan dan Pelatihan terhadap SDM pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS, mengetahui kondisi SDM, bahan baku, pemasaran, dan teknologi pada Griya Batik MAS, mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal pada industri kerajinan batik Griya Batik Mas.

Subjek penelitian ini adalah Pemilik Griya Batik MAS, Karyawan Kepercayaan, Lurah Kauman, Kepala bidang pendidikan dan pelatihan, Pemilik Tobal batik. Fokus penelitian ini adalah pendidikan dan pelatihan, SDM, bahan baku, teknologi dan pemasaran. Metode pengumpulan datanya meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa bentuk pendidikan dan pelatihan terhadap SDM Griya Batik MAS di kampung batik Kauman Pekalongan cukup baik. Kondisi SDM pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS dalam kondisi kurang baik. Kondisi jumlah bahan baku pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS dalam kondisi terbatas. Kondisi teknologi dalam kondisi kurang baik. Kondisi Pemasaran dalam kondisi kurang baik.

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis matrik SWOT, strategi yang dapat diterapkan Griya Batik MAS dalam menghadapi persaingan yaitu dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh berbagai ancaman. Saran yang diberikan adalah memperkuat karakter produk serta memperbaiki kualitas untuk mengatasi para pesaing lainnya dengan cara inovasi pemasaran dan penambahan jenis produk yang dipasarkan agar memiliki daya tarik yang tinggi dan mampu bersaing dengan unit usah lain.

ABSTRACT

Sihombing, Jaya Parlindungan, 2015. *"The SWOT Analysis in Batik Handicraft Industry of Griya Batik MAS Pekalongan"* Skripsi. Economic Education Department. Faculty of Economic. Semarang State University. Advisor: Dr. Widiyanto, MBA., M.M.

Keywords: SWOT Analysis, Handicraft of Batik, Human Resource, Basic material, Technology, Marketing

Strategy is long destination for a company, also it is for utilization and allocation from all important resources to reach the aim. The sector of industry is sector which has the highest contribution about the increase of economy growth and real income of Pekalongan Region. The most sector of industry which are exist in Pekalongan that is Handicraft of Batik industry. The popular batik shop in Pekalongan named Griya Batik MAS. The research problem is how the education and the training toward Human Resources in Batik Handicraft "Griya Batik MAS"?, How the condition of human resources, basic material, marketing, and technology in Griya Batik MAS?, How the internal and external environmental conditions in batik industry handicraft "Griya Batik Mas"??, The aim of this research is to find out how the education and the training toward human resource in Batik Handicraft industry of Griya Batik MAS, the condition of human resource, basic material, marketing, and technology, also to find out the internal and external environmental conditions in batik industry handicraft "Griya Batik Mas.

The subjects of this research are the owner of Griya Batik MAS, the trusted employee, village headman of Kauman, the chief of educational and training, human resource, basic material, technology and marketing. The methods for collecting data are observation, interview and documentation. The used analysis method is descriptive and SWOT analysis.

Based on the research, the education and the training toward human resource of Griya Batik MAS in Batik village, Kauman, Pekalongan are good enough. The condition of human resources of batik handicraft Griya Batik MAS is not good enough. The basic material condition of it is in limited condition. The condition of technology also is not good enough. The marketing condition is goog enough.

In conclusion, based on the SWOT matric analysis, strategy that can be applied in Griya Batik MAS to face the competition is using concentration strategy through horizontal integration. It means that the applied strategy is more defensive for avoiding the lose sale and lose of profit that is caused by some threats. The given suggestion is to strengthen the character of product also to improve the quality for overcoming the another business rival by using marketing innovation and adding the various product which is sold in order to make it is more interesting and is able to face with the another company.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Definisi Usaha Kecil Menengah	9
2.2 Batik.....	12
2.2.1 Batik pekalongan.....	12
2.2.2 Faktor-faktor Produksi dalam UKM Batik	14
2.3 Pendidikan dan Pelatihan SDM.....	18
2.3.1 Pengertian Pendidikan dan Pelatihan	18
2.3.2 Tujuan dan Manfaat Pendidikan dan Pelatihan SDM	19
2.3.3 Prinsip Pendidikan dan Pelatihan	22
2.4 Defenisi Strategi	24
2.4.1 Konsep Strategi	24

2.4.2 Tipe-tipe Strategi	26
2.4.3 Proses Perencanaan Strategi	27
2.4.4 Formulasi Strategi	28
2.5 Penelitian Terdahulu	30
2.6 Kerangka Berpikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.3 Subjek Penelitian.....	39
3.4 Fokus Penelitian	40
3.5 Jenis dan Sumber Data	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Keabsahan Data Penelitian.....	43
3.8 Metode Analisis Data	46
3.8.1 Analisis SWOT.....	46
3.8.2 Penentuan Alternatif Strategi.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Pendidikan dan Pelatihan SDM	53
4.1.2 Kondisi SDM, Bahan Baku, Pemasaran dan Teknologi Griya Batik MAS di kampung batik Kauman Pekalongan	55
4.1.3 Analisis SWOT untuk Mengidentifikasi Aspek Internal & Eksternal Pada Griya Batik MAS di Kauman Pekalongan	62
4.2 Pembahasan	70
4.2.1 Pendidikan dan Pelatihan SDM.....	70
4.2.2 Kondisi SDM, Bahan Baku, Pemasaran, dan Teknologi Griya Batik MAS di Kampung Batik Kauman Pekalongan	72
4.2.3 Analisis SWO pada Griya Batik MAS di Kauman Pekalongan.....	78

BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN- LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Analisis SWOT.....	36
Gambar 3.1 Gambar Internal-Eksternal Matrik	48
Gambar 4.1 Internal-eksternal Matriks	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Produk Unggulan di Kota Pekalongan Tahun 2008-2010.....	3
Tabel 1.2 Analisis Faktor Eksternal dan Internal.....	47
Tabel 1.3 Matrik Analisi SWOT.....	49
Tabel 1.4 Penggunaan Tenaga Kerja pada Griya Batik MAS di Kauman Pekalongan	55
Tabel 3.1 Pendidikan Tenaga Kerja pada Griya Batik MAS di Kauman Pekalongan	56
Tabel 3.2 Aspek Strategi Internal.....	62
Tabel 3.3 Aspek Strategi Eksternal.....	65
Tabel 3.4 Analisis Matrik SWOT.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Daftar Informan.....	86
Draft Pedoman Wawancara Griya Batik MAS Pekalongan.	87
Wawancara.....	92
Foto Penelitian	109
Surat ijin Observasi	113
Surat Izin Penelitian	115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian Negara yang mengalami krisis moneter yang berkepanjangan pada tahun 1998 memberi dampak besar terhadap banyak bidang kehidupan masyarakat Indonesia pada umumnya dan perkembangan industri pada khususnya. Dalam kondisi krisis tersebut ternyata Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat bertahan dan berkembang. Usaha Kecil Menengah memiliki kemampuan dalam penyedia barang dan jasa bagi konsumen dan memberikan kontribusi besar dalam peningkatan devisa Negara.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Secara umum UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Sebagai gambaran, pada tahun 2000 tenaga kerja yang diserap industri rumah tangga (salah satu Prosiding Seminar Nasional 2013 Menuju Masyarakat Madani dan Lestari 746 bagian dari usaha mikro sektor perindustrian) dan industri kecil mencapai 65,38% dari tenaga kerja yang diserap sektor perindustrian

nasional. Pada tahun yang sama sumbangan usaha kecil terhadap total PDB mencapai 39,93% (BPS,2001).

Pentingnya peranan UKM dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memperdayakan UKM. Dalam PP tersebut disebutkan bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh.

Batik telah dikenal sejak abad XVII, dan pada tanggal 12 Oktober 2009 telah mendapat pengakuan dari badan PBB yaitu UNESCO sebagai *The Intangible cultural heritage*. Pengakuan tersebut karena batik dari Indonesia mampu merefleksikan aspek *oraltradition*, *social customs* dan *traditional handicraft* (Kemendag, 2011). Saat ini di Indonesia terdapat 19 daerah sentra batik dan 20.667 usaha batik yang tersebar di Jawa Tengah, DIY, Jawa Barat serta Jawa Timur. Sebanyak 91,6% usaha batik banyak terdapat di Jawa Tengah, khususnya di daerah Kabupaten Pekalongan, Kota Surakarta serta Kabupaten Sragen (Kemendag, 2013).

Kota Pekalongan merupakan daerah yang memiliki sumber daya yang potensial, bahkan beberapa diantaranya mampu menjadi produk unggulan. Produk unggulan Kota Pekalongan berupa batik, produk hasil pengolahan

ikan, tenun ATBM, konveksi, tenun ATM seperti terlihat pada Tabel 1.1 Pemerintah daerah dituntut mampu menggali potensi daerah dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat yang memberikan *multiplier effect* terhadap pertumbuhan perekonomian daerah serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tabel 1.1
Jumlah Unit Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Produk Unggulan
di Kota Pekalongan Tahun 2008-2010

No	Komoditi Unggulan	Jumlah Unit Usaha			Tenaga Kerja		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
1.	Batik	600	601	631	9.453	9.414	9.944
2.	Perikanan	98	99	99	1.879	1.891	1.891
3.	ATBM	110	112	112	2.160	2.143	2.143
4.	ATM	17	16	15	1.865	1.613	1.777
5.	Pakaian Jadi	555	548	567	6.862	6.179	7.223

Sumber: Disperindagkop Kota Pekalongan, 2010

Pemerintah kotaPekalonganjuga bekerja dengan komunitas paguyuban di kampung batik untuk membangun industri kerajinan batik di pekalongan dengan memberikan pendidikan dan pelatihan terhadap SDM mengenai pemberdayaan industri kerajinan batik. Sesuai dengan misi Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada point ke 2 yaitu *''Melaksanakan dan mengembangkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang bermutu di bidang ilmu pendidikan ekonomi''*, sebagai mahasiswa saya tertarik melakukan penelitian ini karena usaha kecil

menengah sangat berhubungan dengan jurusan saya yaitu pendidikan ekonomi koperasi dan ingin memecahkan masalah yang ada sebelumnya pada unit usaha ini, serta mampu menghasilkan penelitian yang bermutu nantinya di bidang pendidikan ekonomi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta masyarakat sesuai tujuan jurusan pendidikan ekonomi pada point 2.

Griya Batik MAS merupakan salah satu *home industry* kerajinan batik terbesar di Kampung Batik Kauman Pekalongan yang selalu ramai dikunjungi. Griya batik MAS masuk dalam kategori usaha kecil kelas menengah yang sama dengan ukm batik lainnya di Pekalongan yaitu menawarkan batik khas dari pekalongan yaitu batik pesisir, batik sutera, batik katun dengan motif khas pekalongan yaitu motif jlamprang, encim dan buketan dan motif baru lainnya. Keunggulan yang dimiliki Griya Batik MAS yaitu masih menggunakan pewarna alam dan masih menggunakan teknik tradisional yaitu teknik lukis, serta Griya Batik MAS juga menawarkan wisata batik serta pakait pelatihan jasa membatik bagi konsumen dan masyarakat yang ingin mengetahui cara membatik lebih mendalam. Dengan keunggulan ini, Griya Batik MAS ingin membuka toko baru di kota lain dan memasarkan produk ke luar negeri sehingga pasarnya jauh lebih luas dan mampu menyerap banyak tenaga kerja.

Namun terdapat beberapa kendala dalam proses produksinya yaitu kesulitan mendapatkan pewarna alam dan bahan baku yang terbatas jumlahnya. Pewarna alam tersebut berasal dari daun, kulit kayu, pokok kayu,

akar pohon dan umbi-umbian sehingga cukup sulit untuk mendapatkan bahannya karena setiap pengerajin batik dibatasi dalam membeli bahan baku oleh pemasok. Kenaikan harga pada bahan baku juga sangat mengganggu proses produksi, dimana modal yang sudah disiapkan harus dikeluarkan lebih banyak lagi padahal untuk menarik minat konsumen harus menawarkan harga yang terjangkau. Tak hanya itu saja, terbatasnya tenaga kerja yang terampil dan berkualitas pada saat pelatihan jasa membatik merupakan sebuah kendala, dari 200 tenaga kerja pada tahap produksi mayoritas latar belakang pendidikannya SD dan SMP dan SMA. Di bidang pemasaran dan desain serta pembukuan memperkerjakan lulusan sma dan belum ada dari perguruan tinggi. Banyaknya pengunjung berasal dari luar kota yaitu kalangan pelajar bahkan mahasiswa “bule” yang sangat antusias dalam mempelajari membatik yang baru baru ini diakui UNESCO membuat tenaga kerja kewalahan. Kualitas tenaga kerja Griya Batik MAS memang terbatas, mereka mau tidak mau harus melayani “bule” yang kurang fasih berbahasa indonesia. Griya Batik MAS perlu melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengatasi masalah ini supaya tidak kalah bersaing dengan rumah industri lain di kauman dan sentra industri lain yang daerah pemasarannya sudah sampai keluar negeri. Griya batik MAS memang sudah memasarkan produknya ke luar kota seperti Jakarta, Bogor, Cirebon, Yogyakarta, Padang, Balikpapan, dan kota lainnya di Indonesia, akan tetapi belum mampu menembus pasar luar negeri karena sebelumnya pernah menawarkan produknya namun ditolak karena kualitasnya dianggap belum memenuhi standart internasional dan

ingin memperbaiki dengan mengembangkan ide usaha agar tetap mampu menembus pasar luar negeri dan mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat dan memiliki pasar baru. Dari masalah tersebut peneliti ingin meneliti mengenai bagaimana bentuk pendidikan dan pelatihan terhadap SDM, bagaimana kondisi SDM, bahan baku, dan pemasaran pada Griya Batik MAS serta bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS.

Berdasarkan uraian diatas dan melihat fakta dan fenomena kondisi yang ada peneliti tertarik untuk meneliti **“ANALISIS SWOT PADA INDUSTRI KERAJINAN BATIK GRIYA BATIK MAS PEKALONGAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Usaha kecil Menengah merupakan salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kerajinan banyak menghadapi berbagai masalah seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor- faktor produksi seperti SDA, SDM, Bahan baku, Teknologi dan masalah Pemasaran. Faktor produksi tersebut merupakan instrumen yang penting dalam pertumbuhan dan pengembangan usaha. Pengembangan usaha kerajinan batik menghadapi berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran mengakibatkan pengusaha tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Demikian juga kondisi yang ditemukan

pada Griya Batik MAS Pekalongan. Dari Identifikasi masalah tersebut maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk Pendidikan dan Pelatihan terhadap SDM pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS?
2. Bagaimana kondisi SDM, bahan baku, pemasaran, dan teknologi pada Griya Batik MAS?
3. Bagaimana Kondisi Lingkungan Internal Dan Eksternal Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik MAS?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui bentuk Pendidikan dan Pelatihan terhadap SDM pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS.
2. Mengetahui kondisi SDM, bahan baku, pemasaran dan teknologi pada Griya Batik MAS.
3. Mengetahui Kondisi Lingkungan Internal Dan Eksternal Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik MAS.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca khususnya mengenai analisis SWOT pada industri kerajinan batik.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan pengetahuan terutama yang berhubungan dengan analisis SWOT pada industri kerajinan batik.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan fakultas ekonomi dan perpustakaan Universitas Negeri Semarang.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait untuk menumbuh kembangkan usaha kerajinan batik terutama pemilik Griya Batik MAS di kelurahan Kauman Pekalongan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Defnisi Usaha Kecil Menengah

Menurut UU No. 9/1995, yang dimaksud dengan Usaha Kecil adalah usaha yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 milyar.
3. Milik Warga Negara Indonesia (WNI).
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung, maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.
5. Bentuk usaha merupakan orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM), yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK),

termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000,-.

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang dikutip dari (www.bi.go.id) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah :

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil

Kriteria 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.

3. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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 Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU No. 20 tahun 2008 ini digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha seperti yang diuraikan sebagai berikut :

a. Usaha Mikro

Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. 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).

c. Usaha Menengah

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); 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).

2.2 Batik

2.2.1 Batik Pekalongan

Menurut Konesus Nasional 12 Maret 1996, Batik adalah karya seni rupa pada kain, dengan pewarnaan rintang, yang menggunakan lilin batik sebagai perintang warna. Menurut Konesus tersebut dapat diartikan bahwa yang membedakan batik dengan tekstil pada umumnya adalah proses pembuatannya. Pekalongan menjadi penghasil batik terbesar di Indonesia yang produksinya tersebar ke seluruh Nusantara dan diekspor ke berbagai negara. Perkampungan batik banyak ditemukan di kota ini. Kehidupan sehari-hari masyarakat di berbagai sudut kota diwarnai oleh kesibukan yang terkait dengan batik. Batik menjadi nafas kehidupan sehari-hari warga Pekalongan dan merupakan salah satu produk unggulan. Karena terkenal dengan produk batiknya, Pekalongan dikenal sebagai "kota batik". Batik menjadi aset ekonomi dan aset budaya bagi masyarakat Kota Pekalongan. Sebagai aset ekonomi batik telah lama menjadi sumber mata pencaharian masyarakat Kota Pekalongan.

Kerajinan batik merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang mempunyai kontribusi besar dalam memberi kesejahteraan masyarakat serta menyediakan lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang besar. Sebagai seni kerajinan rakyat, sebagian besar proses produksi batik dikerjakan di rumah-rumah sebagai *home industry*. Batik Pekalongan juga mempunyai peranan sangat potensial untuk mendukung sektor pariwisata yang menjadi kekuatan perekonomian rakyat secara nasional. Motif asli batik Pekalongan sebenarnya memiliki persamaan dengan motif batik Surakarta dan Yogyakarta.

Masuknya pengaruh budaya asing telah memperkaya motif dan tata warna batik Pekalongan. Pengaruh asing dari kebudayaan Cina, India, Arab, Belanda, dan Jepang sudah jelas cukup besar dalam pembentukan desain dan tata warna batik Pekalongan. Batik khas Pekalongan adalah batik jlamprang yang menggunakan ragam hias patola dan mendapat pengaruh dari India dan Arab. Motif batik Pekalongan juga diperkaya dengan pengaruh Jepang berupa kupu-kupu dan bunga sakura, leli, mawar, anggrek dengan kombinasi warna menurut selera Jepang seperti kuning, coklat, biru-hijau, violet, pink, dan merah. Berbagai inovasi produk dalam ragam hias, teknik pewarnaan, dan penggunaan bahan menyebabkan batik Pekalongan memiliki ragam hias dan tata warnanya senantiasa silih berganti, dinamis, dan mengikuti perkembangan pasar. Ragam hias batik Pekalongan merupakan integrasi dari berbagai macam budaya karena batik Pekalongan

mengapresiasi keinginan konsumen baik dalam negeri maupun manca negara.

2.2.2 Faktor-Faktor Produksi dalam Usaha Kecil dan Menengah Batik

Menurut Sukirno (2003:192) bahwa faktor produksi sering disebut dengan korbanan produksi untuk menghasilkan produksi. Faktor-faktor produksi dikenal dengan istilah *input* dan jumlah produksi disebut dengan *output*. Faktor produksi atau *input* merupakan hal yang mutlak untuk menghasilkan produksi. Dalam proses produksi ini seorang pengusaha dituntut untuk mampu mengkombinasikan beberapa faktor produksi sehingga dapat menghasilkan produksi yang optimal. Fungsi produksi adalah kaitan di antara fakto-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakan. Faktor-faktor produksi dikenal dengan istilah *input* dan hasil produksi sering dinamakan *output*.

Pada model ini, hubungan antara *input* dan *output* disusun dalam fungsi produksi (*production fuction*) yang berbentuk: $q = f(K, L, M, \dots)$. Di mana q mewakili output barang-barang tertentu selama satu periode, K mewakili mesin (yaitu, modal) yang digunakan selama periode tersebut, L mewakili *input* tenaga kerja, dan M mewakili bahan mentah yang digunakan, bentuk dari notasi ini menunjukkan adanya kemungkinan variabel-variabel lain yang mempengaruhi proses produksi. Fungsi produksi, dengan demikian, menghasilkan kesimpulan tentang apa yang

diketahui mengenai bauran berbagai *input* untuk menghasilkan *output* (Nicholson, 2002:159).

Lebih lanjut dikatakan bahwa untuk mempermudah analisis maka faktor produksi dianggap tetap kecuali tenaga kerja, sehingga pengaruh faktor produksi terhadap kuantitas produksi dapat diketahui secara jelas. Ini berarti kuantitas produksi dipengaruhi oleh banyaknya tenaga kerja yang digunakan. Faktor produksi yang dianggap konstan disebut faktor produksi tetap, dan banyaknya faktor produksi ini tidak dipengaruhi oleh banyaknya hasil produksi. Faktor produksi yang dapat berubah kuantitasnya selama proses produksi atau banyaknya faktor produksi yang digunakan tergantung pada hasil produksi yang disebut faktor produksi variabel. Periode produksi jangka pendek apabila di dalam proses produksi yang bersifat variabel dan yang bersifat tetap.

Proses produksi dikatakan jangka panjang apabila semua faktor produksi bersifat variabel. Adapun dalam usaha kecil dan menengah batik faktor-faktor produksi yang digunakan antara lain meliputi:

a. Modal Sebagai Faktor Produksi

Modal adalah dana yang digunakan dalam proses produksi saja, tidak termasuk nilai tambah dan bangunan yang ditempati atau biasa yang disebut modal kerja (Lembaga Penelitian Ekonomi UGM, 1983). Masalah modal sering disorot sebagai salah satu faktor utama penghambat produksi dan dengan demikian juga penggunaan tenaga kerja “*Working Capital Employee Labor*” berarti bahwa tersedianya modal kerja yang

cukup mempunyai efek yang besar terhadap penggunaan tenaga kerja. Modal merupakan sinonim kekayaan, yaitu semua barang yang dimiliki orang seorangan. Tanah beserta sumber alam yang terkandung didalamnya sering disebut modal alami, untuk membedakan dari modal buatan seperti gedung, mesin-mesin alat-alat, dan bahan-bahan.

Munurut Bambang Riyanto (1993:156) sumber-sumber penawaran modal diantaranya yaitu:

1. Sumber internal yaitu modal yang dihasilkan sendiri.
2. Sumber eksternal yaitu modal dari luar perusahaan.
3. Suplier
4. Bank
5. Pasar modal

b. Tenaga Kerja Sebagai Faktor Produksi

Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi, baik dalam kuantitas dan kualitas. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu hingga dicapai hasil yang optimal.

Menurut Undang-Undang RI No.13 Tahun 2003 Tentang Ketenagkerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Berdasarkan Biro Pusat Statistik,2008(BPS)perhitungan produktivitas tenaga kerja adalah dengan membagi kuantitas hasil dengan

kuantitas penggunaan masukan tenaga kerja, di mana masukan tenaga kerja dapat dihitung dalam hari kerja setara pria (HKSP), hari orang kerja (HOK), ataupun dalam perhitungan waktu kerja satu tahun. Adapun perhitungan hari kerja setara pria (HKSP) yang berlaku di kalangan pertanian yaitu untuk pria, wanita dan anak laki-laki berumur 10 tahun maka berturut-turut adalah sebesar 1; 0,7; dan 0,5 HKSP dan dapat bekerja penuh dalam 7 jam perhari.

c. Bahan Baku Sebagai Faktor Produksi

Sukanto Reksohadiprojo dan Indriyo Gitosudarmo (1998:199) mengatakan bahwa bahan baku merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting. Kekurangan bahan dasar yang tersedia dapat berakibat terhentinya proses produksi karena habisnya bahan baku untuk diproses. Tersedianya bahan dasar yang cukup merupakan faktor penting guna menjamin kelancaran proses produksi. Oleh karena itu perlu diadakan perencanaan dan pengaturan terhadap bahan dasar ini baik mengenai kuantitas maupun kualitasnya.

1. Lilin Batik Sebagai Bahan Baku

Di samping mori (kain) sebagai bahan baku, pembuatan warna batik juga menggunakan malam atau “lilin batik” sebagai bahan perintang. Bahan perintang dalam proses pemembatikan, malam “lilin batik” digunakan untuk menutup hiasan sehingga membebaskannya dari bahan pewarna ketika dilakukan proses pencelupan. Lilin batik merupakan campuran beberapa macam bahan diantaranya yaitu:

paraffin, kote (lilin lebah), gondorukem (getah pohon pinus), damar (mata kucing), lilin gladhagan (lilin bekas), kendal (lemak dari tumbuhan) dan minyak kelapa atau lemak hewan. Semua bahan ramuan tersebut dapat diperoleh di dalam negeri.

2. Obat Pewarna Sebagai Bahan Baku

Proses pembuatan batik menggunakan obat pewarna, baik zat warna nabati maupun zat warna buatan. Zat warna nabati berasal dari daun, kulit kayu, pokok kayu, akar pohon atau umbi. Contoh pewarna nabati misalnya, daun nila untuk warna biru atau kebiru-hitam, akar pohon mengkudu untuk warna merah, kayu tegeran atau kunyit untuk warna kuning, kulit kayu tingi untuk merah-cokelat, dan kayu soga untuk warna cokelat. Semua obat pewarna nabati dapat diperoleh di dalam negeri, sedangkan zat warna buatan sampai saat ini didatangkan dari luar negeri, antara lain Jerman (HOECHST), Inggris (ICI), Swiss (CIBA) Perancis (FRANCOLOR), Amerika (DU PONT) dan Italia (ACNA). (Efie Eka Wanty, 2006:26).

2.3 Pendidikan dan Pelatihan SDM

2.3.1 Pengertian Pendidikan dan Pelatihan

Komarudin Sastradipura (2002: 51) menjelaskan bahwa “pendidikan merupakan proses pengembangan jangka panjang yang mencakup pengajar dan praktik sistemik yang menekankan pada konsep-konsep teoritis dan abstrak”. Pelatihan yang kadang-kadang disebut latihan adalah salah satu

jenis proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan di luar sistem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relatif singkat dan dengan metode yang lebih mengutamakan praktik daripada teori”.

2.3.2 Tujuan dan Manfaat Pendidikan dan Pelatihan SDM

1. Tujuan Pendidikan dan Pelatihan SDM

Berdasarkan pendapat Moh. Abdul Mukhyi dan Hadir Hudiyanto (1992:45) mengemukakan beberapa tujuan pendidikan dan pelatihan, yaitu:

1. Bekerja lebih efisien, siapapun yang mengikuti diklat diharapkan kelak bisa bekerja lebih efisien. Setelah mengikuti diklat tentunya para karyawan bertambah pengetahuannya, sehingga lebih mudah dalam menyelesaikan suatu tugas.
2. Pengawasan lebih sedikit, setelah mengikuti diklat maka kesalahan dalam mengerjakan tugas tentunya dapat ditekan. Jika kesalahan yang mungkin dibuat hanya sedikit maka tingkat pengawasan yang diberikan menjadi sedikit.
3. Lebih cepat berkembang, perkembangan karyawan memang dapat dibiarkan secara alami sesuai dengan kemampuannya. Akan tetapi, perkembangan tersebut akan lebih cepat jika para karyawan mengikuti diklat.
4. Stabilitas pegawai dan penurunan *turn over*, para karyawan yang telah memperoleh diklat secara berhasil sehingga bisa berkembang tentunya mempunyai kecenderungan untuk bertahan di perusahaan, yang tidak

mengembangkan karyawannya akan memiliki kemungkinan yang besar untuk ditinggalkan.

Tujuan dari pendidikan dan pelatihan juga dikemukakan oleh Oemar Hamalik (2001:6), dimana Oemar Hamalik melihat bahwa tujuan pendidikan dan pelatihan dilihat dari beberapa segi, diantaranya yaitu:

1) Pengembangan kualitas Sumber Daya Manusia

Tujuan pelatihan bersumber dari kualitas manusia yang diharapkan antara lain terdiri dari aspek-aspek sebagai berikut:

- a) Peningkatan semangat kerja
- b) Pembinaan budi pekerti
- c) Peningkatan keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa
- d) Meningkatkan taraf hidup
- e) Meningkatkan kecerdasan
- f) Meningkatkan keterampilan
- g) Meningkatkan derajat kesehatan dan kesejahteraan
- h) Menciptakan lapangan kerja
- i) Memeratakan pembangunan dan pendapatan

2) Kelembagaan Pendidikan dan Pelatihan

Setiap lembaga pendidikan dan pelatihan memiliki tujuan yang berbeda-beda tergantung dari konsep diklat yang diadakan dan tujuan program yang ingin dicapai.

3) Jenis Pekerjaan dan Jenis Diklat

Berdasarkan jenis pekerjaan maka diklat pun diselenggarakan menyesuaikan dengan jenis pekerjaan. Kegiatan program pendidikan dan pelatihan dapat memberikan manfaat yang cukup positif bagi beberapa pihak. Manfaat dari diadakannya pendidikan dan pelatihan dapat dirasakan oleh karyawan/pegawai yang mengikuti kegiatan pendidikan dan pelatihan maupun oleh lembaga/instansi tempat karyawan tersebut bekerja. Bagi karyawan/pegawai yang mengikuti pendidikan dan pelatihan, manfaat yang diperoleh salah satunya adalah mereka dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, skill dalam bidang pekerjaannya. Sedangkan bagi perusahaan/ lembaga/instansi, kegiatan pendidikan dan pelatihan dapat memberikan manfaat yang salah satunya yaitu dapat meningkatkan kualitas operasional perusahaan karena didukung oleh SDM yang lebih berkualitas.

2. Manfaat Pendidikan dan Pelatihan SDM

Sebagaimana beberapa manfaat pendidikan dan pelatihan yang dikemukakan oleh Manulang (1992:83), diantaranya yaitu:

- a) Memudahkan pelaksanaan tugas, dengan adanya diklat, seseorang akan lebih mudah dalam melaksanakan tugasnya dan menjamin tersedianya tenaga kerja dalam perusahaan yang mempunyai keahlian.
- b) Membantu stabilitas pegawai, dengan adanya diklat stabilitas pegawai dapat dijaga dan mendorong karyawan untuk betah bekerja di perusahaan yang bersangkutan. Apalagi jika karyawan dilatih untuk mewujudkan

promosi dari perusahaan (*promotion from within*) maka cara kerja dan sikap karyawan dapat diperbaiki.

- c) Bekerja lebih efisien, apabila karyawan memperoleh latihan di bawah pengawasan instruktur ahli, maka karyawan akan berkembang lebih cepat dan lebih baik serta bekerja lebih efisien.

2.3.3 Prinsip Pendidikan dan Pelatihan

Prinsip-prinsip yang harus dilaksanakan dalam sebuah proses pendidikan dan pelatihan menurut Moh. Abdul Mukhyi dan Hadir Hudiyanto (1992: 46), yang meliputi:

1. *Individual differences*, dalam melaksanakan diklat harus diingat adanya perbedaan perseorangan dari para peserta diklat, baik latar belakang pendidikan, pengalaman maupun keinginannya. Oleh karena itu, sifat, waktu, cara pelatihan harus direncanakan sematang mungkin.
2. *Relation to job analysis*, dalam hal ini diklat harus dikaitkan secara erat dengan *job analysis* dari jabatan yang akan dipangku pada masa yang akan datang.
3. *Motivation*, para peserta pelatihan akan merasa berminat atau termotivasi jika di waktu yang akan datang diharapkan adanya perbaikan bagi dirinya. Perbaikan ini dapat berwujud kenaikan upah atau kenaikan jabatan.
4. *Active participation*, para peserta pelatihan hendaknya dipacu untuk lebih aktif mengambil bagian dalam kegiatan lainnya. Jenis diklat yang monoton hendaknya dihindari karena akan mendatangkan kebosanan dan

pengikut diklat diberi kesempatan untuk bertukar pikiran dengan pelatihnya, sehingga partisipasi yang diinginkan benar-benar dapat terwujud.

5. *Selection of trainees*, karena perbedaan-perbedaan individu seperti yang dikemukakan di atas selalu ada dalam perusahaan, maka sebaiknya pengikut diklat diseleksi terlebih dahulu untuk menemukan personal yang benar-benar berminat, sehingga program pelatihan akan berhasil dengan memuaskan.
6. *Selection of trainer*, pengajar dalam pelatihan harus benar-benar diperhatikan kualifikasinya karena pengajar yang kurang berpendidikan, kurang berminat dan tidak memiliki kesanggupan mengajar hanya akan menghasilkan pelatihan yang kurang memuaskan.
7. *Trainer training*, para pelatih dalam program pendidikan dan pelatihan harus sudah memperoleh pendidikan khusus untuk menjadi tenaga pelatih. Perlu disadari bahwa seseorang yang pandai dalam satu bidang belum tentu dapat berperan sebagai seorang pelatih yang baik.
8. *Training method*, metode latihan yang digunakan harus cocok dan sesuai dengan peserta diklat. Metode kuliah hendaknya tidak diberikan dalam latihan mandor dan akan lebih sesuai untuk latihan staf atau manajer.
9. *Principles of training*, satu hal yang gk boleh dilupakan adalah mengenai asas belajar. Pengikut pelatihan akan lebih dapat memahami isi pelatihan jika materi pelatihan yang diberikan adalah dari hal yang mudah untuk kemudian dilanjutkan pada hal yang lebih sulit.

2.4 Defenisi Strategi

2.4.1 Konsep Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Menurut Porter strategi adalah suatu alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing (Rangkuti, 2004:4). Senada dengan itu, Hamel dan Pharalad juga mengatakan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terusmenerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan (Rangkuti, 2004:4).

Perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi, bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetisi inti dalam bisnis yang dilakukan.

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategis dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut yaitu:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. *Distinctive Competence* ini meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya.

b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan perusahaan untuk melakukan yang lebih baik dibanding dengan pesaingnya. Strategi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing adalah *cost leadership*, *differensial* dan *focus*. Porter menyebutkan *competitive advantage* terbagi menjadi 3 (dalam Rangkuti, 2009: 6) yaitu:

1. Keunggulan biaya menyeluruh (*Cost Leadership*)

Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar relative yang tinggi atau kelebihan yang lain, seperti akses yang menguntungkan kepada bahan baku. Selain itu juga perlu untuk merancang produk agar mudah didapat, menjual banyak lini produk yang mudah dibuat, menjual banyak lini produk yang berkaitan untuk menebarkan biaya, serta melayani kelompok pelanggan yang besar guna membangun volume. Penerapan strategi biaya rendah mungkin memerlukan investasi modal pendahuluan yang besar untuk peralatan modern, penetapan harga yang agresif dan kerugian awal untuk membina bagian pasar yang tinggi pada akhirnya dapat memungkinkan skala ekonomis dalam pembelian yang akan semakin menekan biaya (Porter, 2008: 32).

2. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan pesaing,

meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat kepada persaingan karena adanya loyalitas dari merk pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah (Porter, 2008: 34).

3. Fokus

Strategi biaya rendah dan diferensiasi ditunjukkan untuk mencapai sasaran di keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target secara baik. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strateginya yang sempit secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang bersaing lebih luas.

2.4.2 Tipe-tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2009: 7), Strategi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu:

a. Strategi manajemen

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

b. Strategi investasi

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

c. Strategi bisnis

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

2.4.3 Proses Perencanaan Strategi

Perencanaan merupakan sekelompok usaha yang dinilai efektif. Dimana orang harus mengetahui tentang pencapaian sesuatu sesuai dengan yang diharapkan. Perencanaan strategis merupakan pekerjaan merencanakan strategi untuk menuntun seluruh tindakan perusahaan, proses manajerial untuk membangun dan menjaga kesesuaian antara sumber daya organisasi dan peluang-peluang pasarnya.

Kotler (1999:57) menyatakan bahwa perencanaan strategis yang berorientasi pasar adalah ” Proses Manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah”. Tujuan perencanaan strategis adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.

Perencanaan strategis memberikan kerangka kerja bagi kegiatan perusahaan yang dapat meningkatkan ketangguhan dan berfungsinya perusahaan. Perencanaan strategis membantu manajer mengembangkan konsep yang jelas mengenai perusahaan. Selain itu, perencanaan strategis memungkinkan perusahaan mempersiapkan diri menghadapi lingkungan kegiatan yang cepat berubah.

Keunggulan penting lainnya dari perencanaan strategis adalah membantu para manajer melihat adanya peluang yang mengandung resiko dan peluang yang aman dan memilih antara salah satu peluang-peluang yang ada. Perencanaan strategis juga mengurangi kemungkinan kesalahan dan kejutan yang tidak menyenangkan, karena penelitian yang seksama telah dilakukan terhadap sasaran, tujuan, dan strategis.

2.4.4 Formulasi Strategi

Formulasi strategi mencakup berbagai aktivitas analisis, perencanaan, dan pemilihan strategi yang dapat meningkatkan kesempatan bagi perusahaan di dalam berupaya mencapai tujuan perusahaan (Kusnadi, Agustina Hanafi, 1999:174).

Formulasi strategi dalam industri kerajinan batik adalah aktivitas pemilihan strategi yang didasarkan pada analisis lingkungan internal dan eksternal dari analisis SWOT. Berdasarkan Kusnadi dan Agustina (1999:204) kriteria pemilihan strategi antara lain sebagai berikut :

1. Strategi sebaiknya tanggap dengan lingkungan eksternal
2. Strategi melibatkan keunggulan kompetitif

3. Strategi sejalan dengan strategi lainnya yang terdapat dalam organisasi

Formulasi strategi pengembangan usaha berdasarkan strategi unggulan yang dihasilkan dari analisis- analisis lingkungan dan strategi alternatif analisis SWOT.

Formulasi strategi yang biasanya disebut dengan perencanaan strategis merupakan proses penyusunan perencanaan jangka panjang, oleh Karena itu prosesnya lebih banyak menggunakan proses analisis (Freddy Rangkuti, 2001:8). Strategi pengembangan usaha tujuannya adalah untuk menyusun strategi sehingga sesuai dengan tujuan, sasaran.

Formulasi strategi berdasarkan bingkai waktu dan spesifikasinya menurut Kusnadi dan Agustina (1999:259) adalah sebagai berikut :

1. Bingkai Waktu.

Fokus utama tujuan jangka panjang adalah lima tahun atau lebih untuk masa yang akan datang sedangkan tujuan tahunan (jangka pendek) bersifat segera. Tujuan dengan masa waktu kurang dari lima tahun sering dikategorikan ke dalam tujuan tahunan.

2. Spesifikasi.

Tujuan jangka panjang sering kali dinyatakan secara luas dan dalam garis besar sedangkan tujuan tahunan (jangka pendek) seringkali berisi rincian yang harus dicapai serta sangat spesifik dan disamping itu secara langsung terkait dengan aktivitas operasi dan aktivitas fungsional.

2.5 Penelitian Terdahulu

Mengutip skripsi dari Wahyuniarso Tri D S(2013) yang berjudul “*Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang*”. Industri kecil keripik di dusun kabupaten Semarang hanya ada di dusun Karangbolo desa Lerep. Di dusun Karangbolo terdapat sebanyak 21 unit industri. Kondisi sumber daya manusia (SDM) pada industri kecil keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang sebanyak 42,8% kondisi SDM dalam kategori buruk, kondisi permodalan sebagian besar dalam kondisi tidak baik yaitu sebesar keadaan permodalan sangat baik sejumlah 2 orang, keadaan permodalan baik sejumlah 8 orang, keadaan permodalan buruk sebanyak 11 orang. dan kondisi pemasaran sebagian besar dalam kondisi kurang baik yaitu kondisi pemasaran sebesar 42,9% pengusaha menyatakan dalam kondisi buruk, kondisi teknologi dalam industri kecil keripik dalam kategori sangat buruk sebanyak 19,1%. Variabel penelitian ini adalah Sumber Daya Manusia, Permodalan, Pemasaran dan teknologi.

Keterkaitan terhadap penelitian ini adalah permasalahan yang mendasar pada usaha kecil yaitu Sumber Daya Manusia, Permodalan, Pemasaran dan teknologi. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya merupakan penelitian kuantitatif dan unit usahanya sebanyak 21, sedangkan dalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan unit usaha yang diteliti hanya satu serta adanya fokus penelitian tambahan yang merupakan permasalahan juga yaitu bahan baku.

Mengutip skripsi dari Muhammad Reza Yusa(2011) yang berjudul “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada E-cofarm Kampus IPB Darmaga – Bogor*”. EcoFarm yang dibentuk dari hasil kerjasama Departemen Pertanian Indonesia dan Fakultas Peternakan IPB merupakan salah satu usaha kecil yang memproduksi produk olahan susu berupa yoghurt, susu pasteurisasi dan puding susu. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk Menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha E-coFarm dan Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh pihak E-coFarm. Metode pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan Data yang metode analisis deskriptif untuk memberikan gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diteliti, Analisis dan pengolahan data dilakukan secara kualitatif melalui pendekatan konsep manajemen strategis untuk mengetahui lingkungan perusahaan terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu menggunakan analisis SWOT dalam penentuan alternatif strategi. Berdasarkan analisis lingkungan usaha, lingkungan E-coFarm terbagi menjadi lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal memiliki kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama E-coFarm adalah adanya hubungan yang baik antara pekerja dengan penanggung jawab E-oFarm, sedangkan kelemahan utamanya adalah pemilik usaha kurang fokus terhadap usaha. Pada lingkungan eksternal faktor-faktor yang menjadi peluang utama adalah Peningkatan kesadaran

masyarakat akan kesehatan dengan mengkonsumsi minuman kesehatan. Sedangkan faktor faktor yang menjadi ancaman utama yaitu meningkatnya biaya bahan baku (gula dan BBG). Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan maka dapat diformulasikan alternatif strategi yang dapat dilaksanakan. matriks IE dan SWOT, maka diperoleh sepuluh alternatif strategi pengembangan usaha bagi E-coFarm. Berdasarkan analisis SWOT, urutan prioritas alternatif strategi pengembangan usaha bagi E-coFARM adalah sebagai berikut: 1) Memanfaatkan skim kredit untuk meningkatkan kapasitas usaha, 2) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas/mutu produk, 3) Memperluas wilayah distribusi produk, 4) Meningkatkan kegiatan promosi, 5) Melakukan pengaturan dalam pengelolaan keuangan perusahaan, 6) Memperbaiki kemasan produk dengan memberikan merek dan labelisasi halal, 7) Melakukan diferensiasi produk yang berkualitas dan terus melakukan upaya inovasi untuk menghadapi pesaing dan pendaatang baru, 8) Mempertahankan tingkat harga bersaing dan pelayanan kepada konsumen untuk menghadapi persaingan, 9) Mempertahankan hubungan baik dengan pekerja, pelanggan dan dinas terkait, 10) Meningkatkan kualitas SDM.

Keterkaitan terhadap penelitian ini adalah permasalahan yang mendasar pada usaha UKM yaitu faktor-faktor produksi seperti Sumber Daya Manusia, Permodalan, Pemasaran dan Teknologi. Yang membedakan penelitian ini adalah dengan peneliti sebelumnya juga meneliti lingkungan eksternal faktor politik dan faktor sosial sedangkan dalam penelitian ini

tidak meneliti faktor politik dan sosial karena hanya berfokus pada sdm, bahan baku, permodalan, pemasaran dan teknologi saja.

Mengutip jurnal dari Teguh Baroto Dan Chandra Purbohadiningrat (2014) yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PPOB KIPO Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM”. Dari hasil penelitian tersebut peneliti melihat persaingan semakin ketat di antara perusahaan penyedia jasa pembayaran online (seperti listrik, air, dan telepon), hal ini yang membuat pentingnya strategi untuk meningkatkan daya saing PT X Malang. Cara terbaik dalam meningkatkan persaingan adalah dengan melibatkan langsung faktor-faktor internal dan eksternal yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT dan QSPM digunakan dalam penelitian ini untuk merumuskan dan memilih strategi yang tepat untuk daya saing perusahaan. Dari hasil analisis matriks SWOT dirumuskan empat strategi SO, lima strategi WO, tiga strategi ST, dan dua strategi WT. Dalam diagram kartesius posisi perusahaan berada pada strategi WO. Berdasarkan hasil perhitungan matriks QSPM, prioritas pemilihan strategi WO secara berturut-turut adalah penambahan feature-feature produk pelayanan jasa dengan bobot 4,75; memanfaatkan fasilitas internet dalam kegiatan promosi dan pemasaran dengan bobot 3,88; memanfaatkan jaringan instansi pemerintahan dan perusahaan lain secara maksimal dengan bobot 3,84; meningkatkan fasilitas pelayanan loket-loket kios pembayaran online dengan bobot 3,77; dan membuat rencana kerja yang sistematis dengan bobot 3,58.

Keterkaitan terhadap penelitian ini adalah metode analisis data yang dilakukan menggunakan analisis SWOT. Hal yang membedakan penelitian ini adalah objek penelitian pada jurnal yang tentunya berbeda yaitu meneliti tentang strategi pengembangan bisnis usaha penyedia jasa pembayaran online dan penelitian ini juga menggunakan analisis QSPM.

Mengutip jurnal dari Azmi Alvian Gabriel ,Imam Santoso dan Dhita Morita Ikasari (2012) yang berjudul “Perencanaan Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Gula Kelapa Desa Gledug Kecamatan Sanan Kulon, Kabupaten Blitar)”. Dalam jurnal ini peneliti menjelaskan Gula kelapa merupakan salah satu produk sektor agroindustri dengan potensi pengembangan yang baik. Potensi ini didukung dengan adanya prospek pangsa pasar lokal maupun pasar luar negeri yang baik. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memperoleh perumusan strategi yang dapat digunakan untuk memaksimalkan pemanfaatan potensi dalam upaya mengembangkan Industri Rumah Tangga (IRT) gula kelapa Desa Gledug. Dari hasil analisis SWOT diperoleh 9 alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan. Dari hasil pembobotan metode *Analytical Network Process* (ANP), didapatkan bahwa strategi pembentukan ikatan kerjasama dengan lembaga pengembangan industri merupakan strategi pengembangan yang terbaik untuk diterapkan di IRT gula kelapa Desa Gledug.

Keterkaitan terhadap penelitian ini adalah jenis analisis datanya sama yaitu menggunakan analisis SWOT. Hal yang membedakan dalam

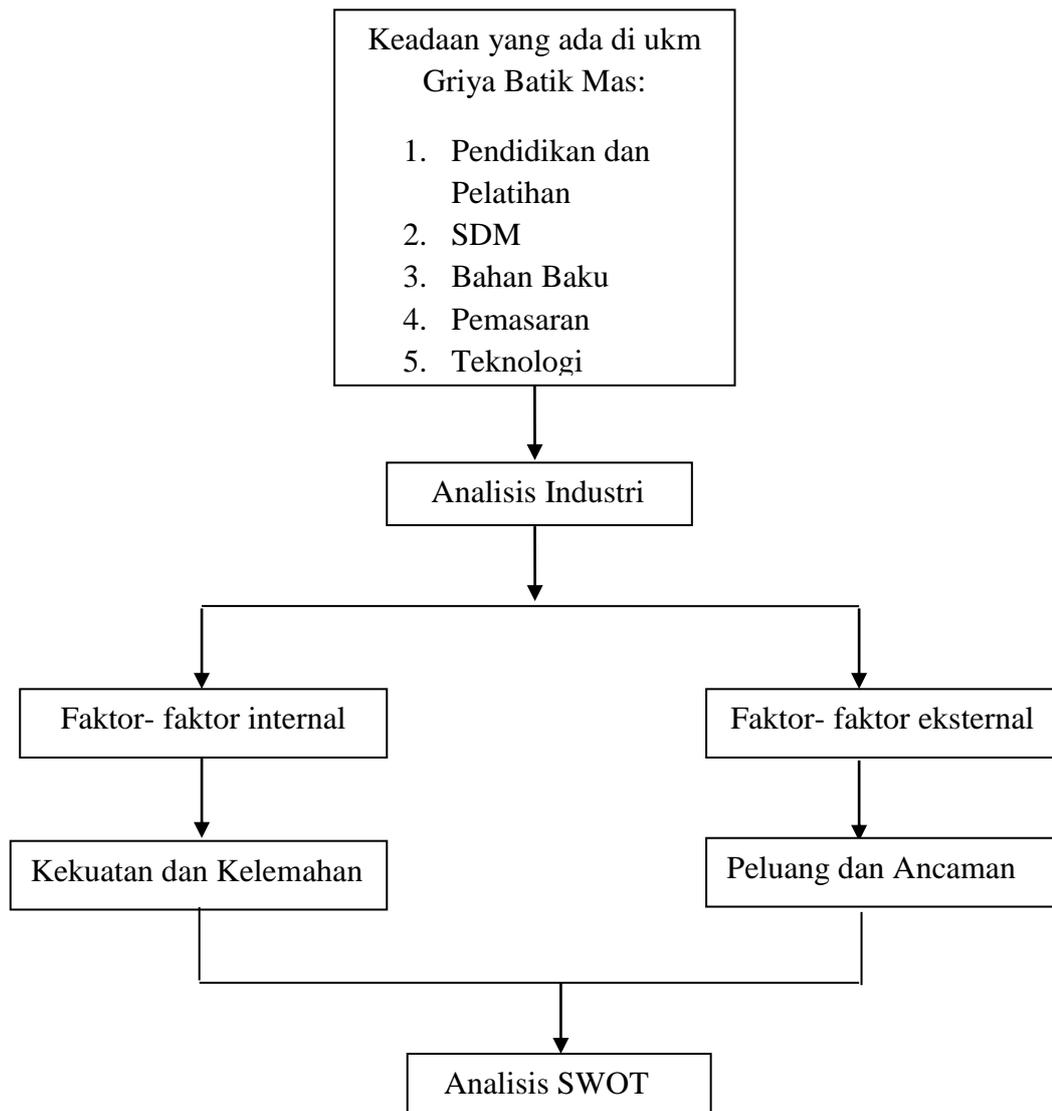
penelitian ini adalah objek dan tempat penelitian yang berbeda, pada jurnal ini meneliti industri rumah tangga gula kelapa.

Mengutip jurnal dari Sustiyana, Syafrial, dan Nur Baladina (2012) yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Pupuk Organik SAA (Studi Kasus Pada CV. Sumber Alam, Desa Gunggung, Kecamatan Batuan, Kabupaten Sumenep). Tujuan penelitian Dalam jurnal ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat biaya, penerimaan, keuntungan, kelayakan usaha, nilai tambah, menganalisis faktor internal dan eksternal usaha agroindustri produk pupuk organik SAA serta penetapan alternatif strategi untuk pengembangan usahanya. Metode yang digunakan yaitu *analysis of cost, revenue, profit, R / C ratio, BEP (Break Event Point), ROI (Return On Investment), analysis of added value, and SWOT analysis*. Hasil analisis menunjukkan bahwa usahaini secara ekonomi layak untuk dikembangkan. Alternatif strategi yang dapat dijadikan prioritas utama, yaitu: a. memperbaiki atau melengkapi struktur organisasi perusahaan; b. mengatur (membukukan) pengelolaan keuangan perusahaan; c. memperluas jaringan dan distribusi pemasaran produk.

Keterkaitan terhadap penelitian ini adalah dalam menganalisis data salah satunya masih menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis alternatif strategi. Hal yang membedakan yaitu objek dan tempat penelitian yang berbeda dan jurnal ini metode analisis menggunakan *analysis of cost, revenue, profit, R/C ratio, BEP, ROI dan analysis of added value*.

2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran teoritis pada penelitian ini dapat dijelaskan pada bagan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Analisis SWOT

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi(Sugiono, 2008 : 1).

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimanakah bentuk pendidikan dan pelatihan terhadap SDM pada Griya Batik MAS Pekalongan, kondisi SDM, bahan baku, pemasaran dan teknologi serta mengetahui bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS.

Agar peneliti dapat mendeskripsikan secara jelas dan rinci serta memperoleh data mendalam terhadap penelitian ini, maka penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun alasan pemilihan menggunakan pendekatan tersebut adalah dari ciri-ciri tertentu pada permasalahan dalam penelitian ini, sebagaimana yang dikemukakan Lincoln dan Guba; yang mengulas sepuluh ciri penelitian kualitatif, yaitu: (1)

dilakukan pada latar ilmiah, (2) manusia sebagai instrumen, (3) metode kualitatif, (4) analisis data secara induktif, (5) arah penyusunan teori berasal dari dasar (*ground theory*), (6) bersifat deskriptif, (7) mementingkan proses daripada hasil, (8) menghendaki ditetapkannya batas dasar fokus, (9) adanya kriteria khusus untuk keabsahan data, dan (10) desain bersifat sementara (Moleong, 1993: 4-8).

Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan: pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan langsung dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2007: 5). Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, memungkinkan mengkaji masalah-masalah normatif sekaligus memaparkan temuan di lapangan.

3.2 Lokasi dan Waktu penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak di Jl. Hayam Wuruk gang no 1, Kampung Batik Kauman, Pekalongan. Kampung batik Kauman terletak di sebelah alun-alun Kota Pekalongan, tempat ini merupakan sentra pengusaha batik terkenal yang sudah diakui sebagai kampung batik nasional, disini sangat mudah menemukan batik khas Pekalongan dengan berbagai macam motif.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dilakukan secara bertahap dari awal observasi sampai tahap pengumpulan data mulai dari tanggal 6 Februari sampai dengan 28 Maret 2015.

3.3 Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan pada populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial dalam kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif tidak disebut responden melainkan narasumber, partisipan atau informan (Sugiyono, 2012:216).

Subjek penelitian ini menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian melalui wawancara. Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat, dan terpercaya (Moleong, 2000:97). Informasi tersebut dapat berupa pernyataan, keterangan, atau data-data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan yang diteliti.

Informan dalam penelitian ini, penulis tentukan dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:216). Dengan menggunakan *purposive sampling*, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar

sesuai dengan penelitian yang dilakukan dan mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang obyek yang diteliti.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik Griya Batik MAS, Karyawan kepercayaan, Lurah Kauman, Kepala bidang pelatihan dan pendidikan, dan Pemilik usaha Tobal Batik yang sudah berhasil menembus pasar Internasional.

3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini berisi pokok-pokok kajian dan yang menjadi pusat perhatian dari peneliti dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk Pendidikan dan Pelatihan terhadap SDM pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS, bagaimana kondisi SDM, bahan baku, pemasaran, dan teknologi pada Griya Batik MAS dan mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS Pekalongan.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Dalam setiap penelitian, peneliti dituntut untuk menguasai teknik pengumpulan data sehingga menghasilkan data yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kualitatif dari sumber primer dan sumber sekunder.

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:225). Sumber primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan. Selain itu, penulis juga melakukan observasi lapangan

dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dan keadaan di lokasi penelitian.

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012:225). Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh baik dari wawancara, dokumentasi maupun dari observasi langsung ke lapangan. Penulis juga menggunakan data sekunder hasil dari studi pustaka. Dalam studi pustaka, penulis membaca literatur-literatur yang dapat menunjang penelitian, yaitu literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dari bulan Februari 2015 sampai April 2015 di Griya Batik MAS. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a) Observasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat tentang keadaan di lapangan dengan melakukan pengamatan langsung. Pengamatan dilakukan secara terbuka yakni diketahui oleh subjek, dan subjek secara sukarela memberi kesempatan kepada pengamat untuk

mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari bahwa ada orang yang mengamati perilaku mereka (Moleong, 1993: 127). Kegiatan observasi dilakukan pada usaha kerajinan batik Griya Batik MAS. Adapun prosedur observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati aktivitas usaha Griya Batik MAS dari segi proses produksi produk, strategi pemasaran, sampai pelayanan terhadap konsumen yang diamati dengan perekaman video dan dokumentasi.

b) Wawancara

Menurut Sofian Effendi (1982:145) metode wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara. Dalam pelaksanaan penelitian penulis melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu: pemilik UKM batik Griya Batik MAS, Karyawan kepercayaan, Lurah Kauman, Kepala bidang pelatihan dan pendidikan serta Pemilik tobal batik.

Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara semi struktur. Wawancara semistruktur (*semistruktur interview*) sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview* yang pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang disajak wawancara diminta pendapatnya. Dalam melakukan

wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Estenberg dalam Sugiyono (2010: 233)

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data atau informasi mengenai berbagai hal yang ada kaitannya dengan penelitian dengan jalan melihat kembali laporan-laporan tertulis baik berupa angka maupun keterangan (tulisan atau papan, tempat dan orang) (Suharsimi, 2002:158). Pada penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui kegiatan UKM Griya Batik MAS. Selain data-data laporan tertulis, untuk kepentingan penelitian ini juga digali berbagai data, dalam bentuk foto, rekaman, dan video serta informasi dan referensi dari berbagai sumber pustaka, media dan internet.

3.7 Keabsahan Data Penelitian

Moleong (1993: 173) mengemukakan bahwa untuk menetapkan keabsahan (trustworthiness) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (conformability).

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebihnya adalah 1 (satu) bulan dengan intensitas sering melakukan kunjungan kepada pemilik Griya Batik MAS di Kauman Pekalongan dengan melakukan pendekatan secara personal kepada Subjek untuk dijadikan sumber data.

Sesuai dengan kriteria keabsahan data, maka teknik pemeriksaan yang dipakai yaitu:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti sebagai instrumen terlibat langsung dalam kegiatan eksplorasi, dengan perpanjangan keikutsertaan peneliti, maka akan meningkatkan tersajut kepercayaan data yang dikumpulkan.

2. Ketekunan Pengamatan

Data dikumpulkan dan diamati dengan tekun untuk mengetahui ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan/isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzim dalam Moleong (2007: 330), membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Menurut Patton dalam Moleong (2007: 330-331), triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik tersajut kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan: Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

- 1) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- 3) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berbeda, orang pemerintahan.
- 4) Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan.

Menurut Patton dalam Moleong (2007:331) terdapat dua strategi dalam triangulasi metode, yaitu: pengecekan dersajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan dersajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Triangulasi jenis penyidik atau triangulasi peneliti adalah pemeriksaan keabsahan data dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali dersajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamatan lainnya membantu mengurangi penyimpangan dalam pengumpulan data.

Triangulasi dengan teori menurut Lincoln dan Guba dalam Moleon (2007: 331) adalah membandingkan teori yang ditemukan berdasarkan kajian lapangan dengan teori-teori yang ditemukan oleh pakar ilmu sosial sebagaimana yang telah diuraikan dalam bab landasan teori yang ditemukan.

Untuk membuktikan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teori yang mana keabsahan data dilakukan dengan cara membandingkan antara teori yang ada dengan mengecek jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada narasumber. Alasannya adalah peneliti dapat membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dengan subjek penelitian, bagaimana bentuk pendidikan dan

pelatihan terhadap SDM, bagaimana kondisi SDM, bahan baku, teknologi dan pemasaran pada Griya Batik MAS serta bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal pada industri kerajinan batik Griya Batik MAS.

. Dengan mengecek sesuai dengan teori-teori yang dikemukakan oleh pakar maka peneliti dapat mengetahui berbagai hal yang menjadi pertanyaan dalam rumusan masalah. Setelah dicek antara teori yang dikemukakan pakar dengan jawaban wirausahawan kemudian hasil perbandingan ditulis dalam bab hasil penelitian kemudian dikaji dalam pembahasan.

3.8 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui pendekatan konsep manajemen strategis. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan perusahaan terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu menggunakan analisis SWOT dalam penentuan alternatif strategi.

3.8.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri. Analisis SWOT adalah suatu alat manajemen untuk mengevaluasi internal dan eksternal organisasi sehingga dapat memberikan

informasi mengenai isu- isu penting bagi organisasi/dinas. Analisis SWOT dimulai dengan identifikasi aspek positif, yaitu *strength* (kekuatan) dan aspek negatif, yaitu *weakness* (kelemahan) dari internal organisasi. Sedangkan dari eksternal organisasi dilakukan identifikasi *opportunities* (peluang) dan threat (ancaman). Berikut ini langkah- langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha kerajinan batik.

- a. Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang diperoleh dapat diklasifikasikan. Hal ini dilihat pada format tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Faktor- faktor strategi internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Peluang			
Ancaman			

Sumber : Freddy Rangkuti, 2006 (hal 24-25)

Keterangan:

Pemberian bobot masing- masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling gk penting) berdasarkan pengaruhnya. Semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masingmasing faktor- faktor dengan skala mulai dari empat sampai

dengan satu berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi ukm kerajinan batik. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif semakin besar diberi rating 4 tetapi bila kecil diberi rating 1. Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar diberi rating 1 tetapi bila kecil diberi rating 4.

b. Matrik Internal Eksternal

		Total Skor Faktor Strategi Internal			
		Kuat Rata-rata Lemah			
		4.0	3.0	2.0	1.0
Total skor Faktor Strategi Eksternal	Tinggi 3.0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Pertumbuhan	
	Menengah 2.0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan	
	Rendah 1.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	

Gambar 3.1 Internal-Eksternal Matrik

Keterangan :

I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal

II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal

III : Strategi turn around

IV : Strategi stabilitas

V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal atau stabilitas

(tidak ada perubahan dalam pendapatan).

VI : Strategi divestasi

VII : Strategi diversifikasi

VIII : Strategi diversifikasi konsentrik

IX : Strategi likuiditas (tidak berkembang)

Sumber : Freddy Rangkuti (2006:25)

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan pemberdayaan industri kecil batik, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut kedalam rumusan strategi.

Alat yang dipakai untuk menyusun strategi adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternatif strategi sebagai berikut:

Tabel 1.3
Matrik Analisis SWOT

Internal Eksternal	S <i>Strength</i> (kekuatan)	W <i>Weakness</i> (kelemahan)
O <i>Opportunities</i> (peluang)	Strategi S-O Ciptakan strategiyang menggunakan kekuatan untukmemanfaatkanpe luang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
T <i>Threats</i> (ancaman)	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti (2006: 31)

Keterangan :

Strengths (S) Kekuatan, yaitu faktor- faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan termasuk satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

Weakness (W) Kelemahan, yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Opportunity(O) Peluang, yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

Threats (T) Ancaman, faktor- faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.

(Siagian, 2005:172).

1. Strategi SO.

Apabila didalam kajian terlihat peluang- peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Dua elemen eksternal dan internal yang baik ini tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadi isu utama pemberdayaan meskipun demikian proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman

perubahan. Kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan keunggulan komparatif tersebut.

(Strategi SO : menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang).

2. Strategi ST

Kotak ini merupakan kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi sebuah peluang bagi pemberdayaan selanjutnya.

(Strategi ST : menggunakan kekuatan untuk mengusir hambatan).

3. Strategi WO

Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sector untuk mengungkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan dengan hati-hati untuk memilih dan untuk menerima peluang tersebut, khususnya dikaitkan dengan potensi kawasan .

(Strategi WO : menggunakan peluang untuk menghindari kelemahan).

4. Strategi WT

Merupakan tempat untuk menggali berbagai kelemahan yang akan dihadapi oleh sector dalam perkembangannya. Hal ini dapat dilihat dari pertemuan antara ancaman dan tantangan dari luar dengan kelemahan yang terdapat didalam kawasan. Strategi yang harus

ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumberdaya internal yang ada.

(Strategi WT : meminimalkan kelemahan dan mengusir hambatan).

3.8.2 Penentuan Alternatif Strategi

Penentuan alternatif strategi ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi yang bisa dijalankan oleh pemilik usaha dengan mengacu pada hasil analisis SWOT, kemudian menentukan alternatif strategi yang mungkin bisa untuk diterapkan secara berurutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bentuk pendidikan dan pelatihan yang diberikan terhadap pengusaha dan karyawan di Kauman sudah baik, karena prosesnya dilakukan secara rutin oleh ahli yang cukup berkompeten dalam bidangnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis deskriptif yang dilakukan pada usaha kerajinan batik Griya Batik MAS di kampung batik Kauman Pekalongan dapat diketahui bahwa kondisi SDM kurang baik, karena mayoritas berlatar belakang pendidikan SMP dan usia tenaga kerja tua. Kondisi jumlah bahan baku dalam kondisi terbatas dan harga selalu naik. Kondisi Teknologi dalam kondisi yang kurang baik. Kondisi Pemasaran dalam kondisi cukup baik.
3. Berdasarkan analisis internal eksternal SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha kerajinan batik Griya Batik MAS di Kauman Pekalongan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang

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

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Pemilik usaha terlebih dahulu harus melakukan pelatihan khusus dan melakukan regenerasi terhadap para karyawan untuk mengembangkan kemampuan di bidang produksi produk dan pelayanan.
2. Pemilik usaha dapat mengatasi keterbatasan bahan baku pewarna alam dengan memproduksi sendiri, juga menambah mesin di bidang produksi untuk mengatasi permintaan produk dan berinovasi di bidang pemasaran dengan melakukan promosi produk dengan cara mengikuti pameran di berbagai kota sehingga produk lebih dikenal, sekaligus belajar dengan memperkuat karakter produk serta memperbaiki kualitas untuk mengatasi para pesaing lainnya dengan cara inovasi dan penambahan jenis produk yang dipasarkan agar memiliki daya tarik yang tinggi.
3. Pemilik usaha mau belajar dan bekerja sama dengan pengusaha lain atau pengepul untuk mengembangkan usaha dalam menembangkan usaha di bidang pemasaran dan permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). tentang Usaha Kecil Menengah Website BPS: <http://www.bps.go.id>. Diunduh pada 20 Februari 2015.
- Baroto Teguh, Chandra Purbohadiningrat. 2014. “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PPOB Kipo Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM”. Dalam *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15, No. 1. Hal 88–102 Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Pekalongan, 2010. *Data Komoditi Unggulan tahun 2008-2010*.
- Gabriel Azmi Alvian, Imam Santoso. 2012. “Perencanaan Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Gula Kelapa Desa Gledug Kecamatan Sanan Kulon, Kabupaten Blitar)”. Dalam *Jurnal Teknologi Pertanian*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Hamalik Oemar, 2003. *Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*. Bandung: YP Pemindo.
- Hasibuan, Melayu, SP. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: .PT Bumi Aksara
- Hazeltine, B. Bull, C. (1999). *Appropriate Technology: Tools, Choices, and Implications*. New York: Academic Press. hlm. 3, 270. [ISBN 0-12-335190-1](https://doi.org/10.1002/9781118133519)
- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tentang Usaha Kecil Menengah. Diunduh pada 20 Februari 2015 dari <http://www.depkop.go.id/>

- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kusnadi, Agustina Hanafi, 1999. *Strategi Manajemen. Edisi Kelima, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: BPFU UGM.
- Manullang, M. 1992. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Masiyal Kholmi, 2003. *Akuntansi Biaya, Edisi Empat*. Yogyakarta: BPFU
- Moleong, Lexy. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- .2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mukhyi, Abdul dan Hadir Hudiyanto. 1992. *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gunadharma.
- Nicholson, Walter. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa Oleh IGN Bayu Mahendra, SE, MM dan Abdul Aziz, S.E, MSi. Jakarta : Erlangga..
- Porter, Michael. E dan Maulana, Agus. 2008. *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing)*. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuti F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- (2004). *Business plan : teknik membuat perencanaan bisnis dan analisis kasus*. Jakarta: PT [Gramedia Pustaka Utama](#).
- (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: [Gramedia Pustaka Utama](#).

- 2009. *Analysis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Reza Muhammad. 2011. *Analisis strategi pengembangan usaha pada E-cofarm kampus IPB darmaga-bogor*. Skripsi mahasiswa Departemen Agribisnis Manajemen FE Institut Pertanian Bogor.
- Riyanto, Bambang. 1993. *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. edisi ke-3. Yogyakarta: BPFE
- Sastradipoera, Komaruddin. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pendekatan Fungsi Operatif*. Bandung : Penerbit Kappa-Sigma
- Siagian, Sondang. 2005. *Manajemen Strategik*, Edisi keenam. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri., Effendi, Soffian. 1982. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. ALFABETA,
- (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sukanto Rekso Hadiprojo dan Indriyo Gito Sudarmo. 1998. *Manajemen Produksi* Edisi 4. Yogyakarta : BPFE.
- Sukirno, Sadono. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT. Rsaja Grafindo Persada.
- Sustiyana. 2012. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Pupuk Organik SAA (Studi Kasus Pada CV. Sumber Alam, Desa Gunggung, Kecamatan Batuan, Kabupaten Sumenep)”. Dalam *Jurnal Ekonomi Pertanian*. Malang: Universitas Brawijaya.

Tri Wahyuniarso. 2013. *Strategi pengembangan industri kecil keripik di dusun karangbolo desa lerep kabupaten semarang*. Skripsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan FE Universitas Negeri Semarang.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Diunduh pada 20 Februari 2015 dari <http://www.indonesia.go.id>.

Undang-Undang RI No.13 Tahun 2003 Tentang Ketenagkerjaan, Diunduh pada 20 Februari 2015 dari <http://www.indonesia.go.id>.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 tentang *Usaha Kecil*, Diunduh pada 20 Februari 2015 dari <http://www.indonesia.go.id>.

Wanty, Efi Eka. 2006. *Analisis Produksi Batik Cap dari UKM Batik Kota Pekalongan (Studi Pada Sentra Batik Kota Pekalongan-Jawa Tengah)*. Thesis Mahasiswa Pasca Sajana Magister Manajemen FE UNDIP Semarang.

DAFTAR INFORMAN

No.	Nama	Bidang Pekerjaan
1.	M. Nabil Diputra, SE.	Pemilik Griya Batik MAS Pekalongan.
2.	Nur Cholis	Karyawan kepercayaan bidang Pemasaran dan operasional Griya Batik MAS.
3.	Yoga Adi	Karyawan kepercayaan di bidang produksi Griya Batik MAS.
4.	Hari purnomo	Lurah Kauman, Pekalongan.
5.	Hj. Elawti AR. B.Sc	Ketua di bidang pendidikan dan pelatihan SDM di Kauman Pekalongan.
6.	Fatiach Kadir	Pemilik Tobal Batik Pekalongan

Draft Pedoman Wawancara Griya Batik MAS Pekalongan.

A. Pemilik Griya Batik MAS

Profil Usaha

1. Sejak kapan Griya Batik MAS berdiri?
2. Bagaimana bentuk kepemilikan Griya Batik MAS saat ini ?
3. Bagaimana perkembangan Griya Batik MAS sejak awal berdiri sampai saat ini?
4. Apa keunggulan Batik MAS dibanding dibanding unit usaha batik lainnya?
5. Apa kelemahan/kekurangan Griya Batik MAS yang dibanding unit usaha batik lainnya?
6. Apa rencana/cita-cita bapak dalam mengembangkan Griya Batik MAS ini?

Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)

7. Berapa jumlah tenaga kerja yang bekerja di perusahaan bapak sekarang?
8. Bagaimana tingkat ketersediaan jumlah angkatan kerja yang ada di daerah anda, Apakah mudah atau sulit?
9. Adakah kesulitan dalam mendapatkan kebutuhan tenaga kerja dalam usaha anda?
10. Berapa biaya rata-rata yang saudara keluarkan untuk tenaga kerja selama satu bulan?
11. Apa saja tingkat pendidikan tenaga kerja di perusahaan saudara sekarang?
12. Berapa rata-rata usia tenaga kerja di perusahaan saudara sekarang?
13. Dari daerah mana saja tenaga kerja di perusahaan saudara berasal?
14. Berapa hari karyawan bekerja dalam 1 minggu?
15. Berapa jam karyawan bekerja dalam 1 hari?
16. Apakah ada pelatihan keterampilan yang diberikan kepada tenaga kerja saudara untuk meningkatkan kualitas kerja? Jika ada diberikan oleh siapa?
17. Selama ini apakah anda selalu mengikuti pelatihan/pembinaan yang dilakukan pemerintah/ pihak swasta terhadap karyawan ataupun pengusaha?

18. Apakah dengan mengikuti pelatihan/ pembinaan berpengaruh terhadap kualitas SDM (keterampilan dll)?

Modal (Biaya Produksi)

19. Berapa jumlah modal awal pada waktu mendirikan usaha yang Bpk/ Ibu keluarkan?

20. Dari mana sumber modal usaha di perusahaan saudara saat ini berasal?

21. Berapa nilai investasi pada usaha anda saat ini?

22. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membayar karyawan per bulan?

23. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku per bulan?

24. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk biaya operasional (listrik, air, telepon transportasi dll) per bulan?

25. Berapa omset perbulan dari usaha anda?

26. Apakah saudara pernah mendapatkan bantuan dari Pemerintah?

27. Jika pernah, bantuan apa yang pernah saudara terima dari Pemerintah?

28. Apakah saudara melakukan pembukuan keuangan menyangkut modal, biaya

29. Bagaimana sistem administrasi keuangan usaha anda? (uang milik pribadi dipisah dengan uang usaha)

D. Bahan baku

30. Apa saja Bahan Baku yang saudara butuhkan dalam industri kerajinan batik?

31. Bagaimana cara untuk mendapatkan bahan baku tersebut?

32. Berapa jumlah bahan baku yang digunakan di perusahaan saudara selama satu bulan?

33. Berapa Harga masing-masing harga bahan baku yang diperlukan saat ini?

34. Apakah ada kendala dalam mendapatkan bahan baku? Jelaskan.

35. Bagaimana cara saudara dalam mengatasi kendala bahan baku tersebut ?

Produksi

36. Jenis apa saja produk batik Mas yang dipasarkan dalam usaha anda?

37. Apakah ada produk lain yang dipasarkan selain menjual kain batik?

38. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dari proses awal sampai produk siap jual batik?

39. Bagaiman alat/ mesin yang anda gunakan dalam proses produksi pada usaha

anda? Modern / Tradisional?

40. Berapa unit jumlah mesin/ alat yang anda gunakan dalam proses usaha anda?
41. Berapa jumlah hasil produksi per bulan di perusahaan saudara?
42. Berapa harga jual untuk setiap jenis batik yang anda dipasarkan? Paling murah dan termahal?
43. Apakah ada kendala dalam proses produksi?
44. Bagaimana cara anda dalam mengatasi kendala tersebut?

Pemasaran

45. Ada berapa macam jenis batik yang dipasarkan di perusahaan bapak?
46. Apakah ada usaha lain yang dilakukan selain menjual batik MAS? Apa itu?
47. Apakah ada kendalanya dalam proses membatik tersebut?
48. Dimana saja daerah pemasaran produk Griya Batik MAS ini dipasarkan?
49. Upaya apa yang dilakukan saudara untuk menarik pembeli (promosi/ iklan)?
50. Apakah dengan promosi/ iklan berpengaruh dalam meningkatkan penjualan?
51. Adakah kendala yang sangat berarti dalam pemasaran produk batik MAS ini?
52. Bagaimana tingkat persaingan dalam industri kerajinan batik saat ini? jelaskan.

B. Karyawan Kepercayaan

1. Sejak kapan Bapak bekerja disini ?
2. Di bidang apa Bapak bekerja , apa tugas Bapak di bidang tersebut ?
3. Menurut saudara, Apa keunggulan Griya Batik MAS diantara unit usaha lainnya di Kampung Batik Kauman?
4. Menurut bapak, adakah kekurangan Griya Batik Mas dibanding unit usaha lain di Kampung Batik Kauman? Jika ada sebutkan.
5. Apakah karyawan disini mendapat pelatihan/ pembinaan? jika iya bagaimana bentuknya?
6. Adakah kendala yang terdapat di bidang pekerjaan bapak?
7. Bagaimana cara bapak mengatasi/mengantisipasi kendala tersebut?
8. Apakah saudara betah bekerja disini? Sebutkan alasannya.

9. Adakah bentuk apresiasi (bonus) dari pemilik terhadap karyawan? Jika ada bagaimana bentuknya?
10. Adakah saran atau keinginan anda atau karyawan lain, yang belum tersampaikan? Apa itu?

C. Pemilik Tobal Batik

1. Sejak kapan usaha ibu berdiri?
2. Sejak kapan produk ibu bisa menembus pasar Internasional?
3. Apa saja keunggulan ibu bapak sehingga bisa menembus pasar Internasional?
4. Bisa dijelaskan bagaimana prosesnya dan strategi bapak saat menawarkan produk ke luar negeri?
5. Apakah ada kendala unit usaha ibu dalam memproduksi batik? Apa itu.
6. Menurut ibu, mengapa pengusaha batik di Pekalongan belum mampu menembus pasar internasional?
7. Bagaimana pengalaman ibu saat menawarkan produk keluar negeri?
8. Berapa jumlah produk yang diekspor?
9. Produk apa saja yang diminati selain hem batik?
10. Adakah bantuan dari pemerintah terhadap usaha ibu?
11. Apa saran ibu bagi pengusaha batik lainnya supaya mampu mengekspor produk ke luar negeri?
12. Adakah saran kepada pemerintah untuk mengembangkan usaha batik?

D. Kepala Lurah Kampung Batik Kauman

1. Sejak kapan Bapak menjadi kepala lurah di kampung batik Kauman ?
2. Apa saja kegiatan rutin yang diadakan di kampung batik Kauman ini?
3. Menurut bapak apa keunggulan griya batik Mas di kauman ini?
4. Adakah pelatihan khusus bagi para pengusaha ataupun masyarakat di Kauman ini? bagaimana bentuknya?
5. Adakah bantuan yang diberikan pemerintah? Bagaimana bentuk bantuannya?
6. Apa saja kendala yang ada bagi para pengusaha batik di Kauman ini?

E. Ketua Bidang Pendidikan dan Pelatihan

1. Bagaimana bentuk pelatihan dan pendidikan yang dilakukan di kampung batik Kauman ini bu?
2. Menurut bapak/ibu, mengapa perlu diberikan pelatihan bagi mereka? Apa yang belum dimiliki para pengusaha?
3. Apa saja manfaat nyata bagi para pengusaha setelah diberikan pendidikan dan pelatihan?
4. Menurut ibu, apa keunggulan dan kelemahan Griya Batik Mas di Kauman ini?
5. Apa saja yang menjadi kendala utama dalam proses produksi bagi para pengusaha disini?
6. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
7. Menurut ibu, apa saja yang harus dilakukan agar pengusaha bisa menembus pasar Internasional?
8. Kapan pertama kali produk ibu bisa menembus pasar Internasional?
9. Apa keunggulan batik ibu sehingga bisa menembus pasar Internasional?
10. Adakah kendala dalam menawarkan produk ke luar negeri?
11. Adakah bantuan pemerintah?

WAWANCARA

Informan : M. Nabil Diputra, SE.

Hari Tanggal : Sabtu, 28 Maret 2015

Tempat : Toko

1. Profil usaha

1. Sejak kapan Griya Batik MAS berdiri?

Griya Batik Mas sudah berdiri sejak 1997

2. Bagaimana bentuk kepemilikan Griya Batik MAS saat ini ?

Usaha ini kan turun-temurun, pertama dirintis dari ibu saya terus turun ke anaknya yaitu saya.

3. Bagaimana perkembangan Griya Batik MAS sejak awal berdiri sampai saat ini?

Ya alhamdulillah ada kemajuan, ada perembangandari kita yang modalnya kecil sampai sekarang punya modal besar dan punya karyawan banyak dan barang yang dipasarkan juga sudah banyak.

4. Apa keunggulan Batik MAS dibanding unit usaha batik lainnya?

Ya mungkin kalau batik rata rata sama ya,. Tapi membedakan kita dari model baju, motif juga kualitasnya. Selain itu dari segi fasilitas juga lebih nyaman dari tempat lain karena kita menyediakan tempat parkir yang luas, toko yang besar, produknya lebih banyak atau bervariasi.

5. Apa kelemahan/kekurangan Griya Batik MAS yang dibanding unit usaha batik lainnya?

Kalau kekurangan ya otomatis semakin besar toko, modal yang dibutuhkan semakin besar, kedua ketersediaan karyawan juga semakin berkurang. Kalaumengenai kualitas ekspor ke luar negeri mereka lebih melihat kualitas dibanding kuantitas, kalau *hand made* berbeda dengan mesin, kalau *handmade* pasti ada kelemahnya tapi kalau luar negeri kalau *handmade* harus sangat

bagus, mereka ada standart penilaiannya karena pembayaran lewat LC kita sudah kirim 1000 potong ternyata yang masuk /diterima 500. sedangkan perjanjian awal harus 1000 LC tidak cair yang masuk 500 potong dan yang tidak masuk pasti dikembalikan sehingga kita rugi. Itu saat ini perusahaan saya gk bisa.

6. Apa rencana/cita-cita bapak dalam mengembangkan Griya Batik MAS ini? Kita ingineksvansi yaitu ekspansi pemasaran, maksudnya buka toko lagi sehingga mendapat pelanggan-pelangan baru. Cita cita saya yang utama yaitu mempertahankan, karena lebih susah mempertahankan mas, kalau kita membangun pasti kita tidak terlalu pusing dengan mempertahankan. Membangun memang susah tapi mempertahankan lebih susah. Soalnya kita sudah punya banyak karyawan, mempertahankan eksistensi biar karyawan terus bekerja itu lebih susah daripada kita mencari karyawan baru. Gini, Kita kan punya karyawan 200, kan antara produksi dan penjualan harus seimbang ya kita banyak produksi tapi kalau kita tidak bisa menjual sama saja, kita bisa menjual tapi tidak bisa produksi kan sama saja makanya harus seimbang. Karyawan kitakan punya keluarga, bagaimana cara kita mempertahankan karyawan itu. Dan kita pengen semakin maju dengan ekspansi keluar negeri.

Tenaga kerja

7. Berapa jumlah tenaga kerja yang bekerja di perusahaan bapak sekarang?
Sekarang kurang lebih ada sebanyak 200 karyawan
8. Bagaimana tingkat ketersediaan jumlah angkatan kerja yang ada di daerah anda, Apakah mudah atau sulit?
Sekarang semakin sulit,
9. Adakah kesulitan dalam mendapatkan kebutuhan tenaga kerja dalam usaha anda?
Soalnya sekarang sumber daya manusianya yang muda lebih memilih sebagai karyawan toko atau pegawai negeri atau pegawai bank dll. Sedangkan yang tua semakin tidak produktif yang muda mayoritas tidak mau bekerja di batik.
10. Berapa biaya rata-rata yang saudara keluarkan untuk tenaga kerja selama satu bulan?

Untuk satu bulan kurang lebih sekitar 210 juta

11. Apa saja tingkat Pendidikan tenaga kerja di perusahaan saudara sekarang?
Tingkat pendidikan maksimal sma.
12. Berapa rata-rata usia tenaga kerja di perusahaan saudara sekarang?
Rata-rata umur antara 20 sampai 40 tahun ada yang diatas 40 tapi sedikit
13. Dari daerah mana saja Tenaga kerja di perusahaan saudara berasal?
Daerah sekitarsaja yaitu Kauman dan dari desa sekitar yang pasti dari Pekalongan lah.
14. Berapa hari karyawan bekerja dalam 1 minggu?
6 hari, selain hari jumat berarti sabtu, minggu, senin, selasa, rabu, dan kamis.
15. Berapa jam karyawan bekerja dalam 1 hari?
Lamanya bekerja selama 7 jam.
16. Apakah ada pelatihan keterampilan yang diberikan kepada tenaga kerja saudara untuk meningkatkan kualitas kerja? Jika ada diberikan oleh siapa?
Ada, Biasanya orang Pekalongan bisa membuat itu secara otodidak, tapi nanti setelah masuk pastinya disajari lagi oleh karyawan senior, kalau dari pemerintah juga melatih bukan berhubungan untuk produksi melainkan memberikan pelatihan pemasarannya seperti cara membuat web, cara ekspor import.
17. Selama ini apakah anda selalu mengikuti pelatihan/pembinaan yang dilakukan pemerintah/ pihak swasta terhadap karyawan ataupun pengusaha?
Tentu karena selalu rutin setiap bulannya
18. Apakah dengan mengikuti pelatihan/ pembinaan berpengaruh terhadap kualitas SDM (keterampilan dll)?
Pasti, sangat berpengaruh signifikan

Modal

19. Berapa jumlah modal awal pada waktu mendirikan usaha yang Bpk/ Ibu keluarkan?
Kalau modal awal 3 juta.
20. Dari mana sumber modal usaha di perusahaan saudara saat ini berasal?
Sumber modal dari tabungan pribadi

21. Berapa nilai investasi pada usaha anda saat ini?
Saat ini sekitar 2-3 M
22. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membayar karyawan per bulan?
Kalau karyawan sekitar 210 juta
23. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku per bulan?
Kalau bahan baku ya sekitar 250 jutaan
24. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk biaya operasional (listrik, air, telepon transportasi dll) per bulan?
Kalau biaya lain lain sekitar 50 jutaan
25. Berapa omset perbulan dari usaha anda?
Ya 1M lah
26. Apakah saudara pernah mendapatkan bantuan dari pemerintah?
Ya banyak
27. Jika pernah, bantuan apa yang pernah saudara terima dari pemerintah? Kita banyak dapat support dari pemerintah seperti pameran seperti sarana dan prasarana di kauman ini. Kan sarana dan prasarana di kampung batik ini dibentuk oleh pemerintah terus promosi dari pemerintah juga
28. Apakah saudara melakukan pembukuan keuangan menyangkut modal, biaya produksi dan penjualan?
Iya tentu.
29. Bagaimana sistem administrasi keuangan usaha anda? (uang milik pribadi dipisah dengan uang usaha)
Ya pasti dipisah antara uang pribadi dengan usaha, tujuannya ini kalau saya punya prinsip ya harus bisa, soalnya kalau 1, misalnya uang pribadi masuk ke usaha dan sewaktu-waktu usaha itu ada masalah uang pribadi kita ikut masalah semua, tapi kalau dipisah kalau uang usaha masalah kita masih bisa menggunakan uang pribadi. Orang tidak tahu semua ya, maksudnya bisa juga terjadi kebakaran, kita ditipu orang, semua pasti ada resiko. Makanya kita jaga-jaga untuk menutup resiko usaha tersebut

Bahan baku

30. Apa saja Bahan Baku yang saudara butuhkan dalam industri kerajinan batik?

Bahan baku banyak ya, kalau pembuatan kita perlu lilin, obat, kainnya macam-macam juga ada katun, tubing, isko, sutera, kalau pewarna ada obat batiknya kan ada dari pewarna alami sama sintetik, sintetik juga ada macam-macam ada nathol, osposion, reaktif, pewarna alami yang susah didapat, kalau bahannya banyak cuman kan proses perwanaaan alam itu lebih susah karena kitakan untuk menghasilkan satu warna saja kita harus merebus dulu. Prosesnya itu yang lama, kalau bahan dari pewarna alam banyak di kita

31. Bagaimana cara untuk mendapatkan bahan baku tersebut?

Saat ini kita ada supplier-suppliernya, ada pemasok-pemasoknya yang sudah langganan

32. Berapa jumlah bahan baku yang digunakan di perusahaan saudara selama satu bulan?

Sekitar 20ribuan lembar kalau kain, kalau pewarna 10 kilogram

33. Berapa Harga masing-masing harga bahan baku yang diperlukan saat ini?

Harga masing-masingnya seperti yang saya berikan di kertas kemarin

34. Apakah ada kendala dalam mendapatkan bahan baku? Jelaskan.

Saat ini lancar tapi biasanya selalu ada saat-saat bahan mori kosong dan kita dipatok untuk mendapatkan bahan baku

35. Bagaimana cara saudara dalam mengatasi kendala bahan baku tersebut ?

Biasanya kita stok, sebelum habis kisa stok dulu. Misalnya kita stok untuk 3 bulan kedepan. Misalnya dalam 1 bulan butuh 20ribu yard kain kita pesan sekitar 60 ribu yard

Produksi

36. Jenis apa saja produk batik Mas yang dipasarkan dalam usaha anda?

Jenisnya macam-macam, ada batik cap, tulis, print malam, bentuk jadinya kita ada hem, blus macam-macam lah

37. Apakah ada produk lain yang dipasarkan selain menjual kain batik?

Kita ada oleh-oleh makanan, kerajinan bermotif batik dan lain-lain

38. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dari proses awal sampai produk siap jual batik?

kita biasanya sekitar 1 bulan

39. Bagaiman alat/ mesin yang anda gunakan dalam proses produksi pada usaha anda? Modern / tradisional?

Kita ada 2, ada tradisional dan modern. Tapi lebih banyak memproduksi tradisional karena lebih ke *hand made* ya, kalau modern kan sudah mesin pabrik sehingga nilainya kurang ya

40. Berapa unit jumlah mesin/ alat yang anda gunakan dalam proses usaha anda?

Kalau mesin sih saya tidak banyak karena hanya ada 2 unit saja

41. Berapa jumlah hasil produksi per bulan di perusahaan saudara?

Kita biasanya hanya 2000 potong

42. Berapa harga jual untuk setiap jenis batik yang anda dipasarkan? Paling murah dan termahal

Masing masing sih bervariasi, kalau yang paling murah 60 ribu sampai 2 jutaan juga ada, tapi yang paling banyak diproduksi yang sedang yang harga 150 ribuan

43. Apakah ada kendala dalam proses produksi?

Ada, kendala ya karyawan, terus bahan baku, terus air sendiri, ya kalau air kering kita kan tidakmendapat pasokan air

44. Bagaimana cara anda dalam mengatasi kendala tersebut?

Ya itu, kita uda stok dulu, untuk mengatasi kekurangan air. Musim hujan juga kita kesulitan dalam proses pengeringan

Variabel Pemasaran

45. Ada berapa macam jenis batik yang dipasarkan di perusahaan bapak?

Ya banyak seperti yang saya sebutkan tadi

46. Apakah ada usaha lain yang dilakukan selain menjual batik MAS? Apa itu?

Ada pelathan membatik, ada untuk rombongan, ada untuk individu terus ada prosesnya. Bentuk pelatihannya ada yang dari awal sampai bisa dan ada yang untuk satu hari yaitu proses pengenalan produksi batik, ada yang cuma melihat saja.

47. Apakah ada kendalanya dalam proses membatik tersebut?

Ya pasti kendala bahasa kalau pelanggan bule, pastinya tidak semua bisa berbahasa Inggris, kalau saya mungkin bisa bantu tapi itu tugas karyawan dan mereka tidak bisa

48. Dimana saja daerah pemasaran produk Griya Batik MAS ini dipasarkan?

Saya sih masih untuk Indonesia saja, ya di pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan. Ya kota-kota besar di Indonesia

49. Upaya apa yang dilakukan saudara untuk menarik pembeli (promosi/ iklan)?

Ya pertama untuk meningkatkan jumlah pembeli kita mengutamakan kualitas dulu, kita terus melakukan perbaikan kualitas terus kita promosi. Kalau promosi kita penyebaran revlate di hotel-hotel terus kita pakai papan nama, kita juga pakai iklan di web, kita pemberian diskon dan ada kerjasama dengan guide-guide yang ada di Pekalongan

50. Apakah dengan promosi/ iklan berpengaruh dalam meningkatkan penjualan?

Ya jelas pasti

51. Adakah kendala yang sangat berarti dalam pemasaran produk batik MAS ini?

Persaingan tentunya antara perusahaan disini

52. Bagaimana tingkat persaingan dalam industri kerajinan batik saat ini?

Jelaskan.

Di Pekalongan rata-rata pengusaha batik semua, semua orang bikin batik, semua orang memasarkan batik, kalau kita nggak pinter-pinter penjualan ya kita kalah bersaing

Informan : Nur Cholis

Hari Tanggal : Sabtu, 28 Maret 2015

Tempat : Toko

1. Sejak kapan bapak bekerja disini ?
Saya sudah bekerja dari tahun 2008 berarti sekitar 7 tahun
2. Di bidang apa Bapak bekerja , apa tugas Bapak di bidang tersebut ?
Saya sih di bidang operasional dan pemasaran, kalau operasional saya antar-antar barang kalau pemasaran ikut dalam memasarkan produk
3. Menurut saudara, Apa keunggulan Griya Batik MAS diantara unit usaha lainnya di Kampung Batik Kauman?
Kalau menurut saya, Toko griya batik mas itu termasuk toko yang nyaman, komplet, parkir toko juga luas dibanding toko lain. Kalau dari bangunan toko lebih bagus dan lebih nyaman
4. Menurut bapak, adakah kekurangan Griya Batik Mas dibanding unit usaha lain di Kampung Batik Kauman? Jika ada sebutkan.
Kekurangannya mungkin dari segi harga, harga disini lebih tinggi dari toko lain. Terus produknya belum bisa dipasarkan di luar negeri
5. Apakah karyawan disini mendapat pelatihan/ pembinaan? jika iya bagaimana bentuknya?
Ada, sebelum bekerja ada pelatihan diajarkan cara memasarkan
6. Adakah kendala yang terdapat di bidang pekerjaan bapak?
Kalau saya kesulitannya tidak ada
7. Apakah saudara betah bekerja disini? Sebutkan alasannya.
Sementara masih betah, karena ya dari segi gaji ya cukup, dari segi lingkungan sosial juga enak
8. Adakah bentuk apresiasi (bonus) dari pemilik terhadap karyawan? Jika ada bagaimana bentuknya?
Ya kalau kita ada, misalnya kalau berangkat *full* dalam seminggu kita mendapat bonus, terus apabila kita ada penjualan yang banyak juga dapat

9. Adakah saran atau keinginan anda atau karyawan lain, yang belum tersampaikan? Apa itu?

Kalau gaji setiap karyawan pasti minta kenaikan gaji semua

Informan : Yoga Adi

Hari Tanggal : Sabtu, 28 Maret 2015

Tempat : Toko

1. Sejak kapan Bapak bekerja disini ?
Sejak tahun 2013, sudah mencapai 2 tahun
2. Di bidang apa Bapak bekerja , apa tugas Bapak di bidang tersebut ?
Saya bekerja di bidang produksi, bekerja seperti mencolet dan menyelupkan kain memanasi cap kain dan menyelupkan obat ke kain batik
3. Menurut saudara, Apa keunggulan Griya Batik MAS diantara unit usaha lainnya di Kampung Batik Kauman?
Keunggulannya griya batik mas itu lingkungannya memadai, parkirannya luas, fasilitas juga memadai, kualitas produksi juga lumayan bagus.
4. Menurut bapak, adakah kekurangan Griya Batik Mas dibanding unit usaha lain di Kampung Batik Kauman? Jika ada sebutkan.
Kekurangannya ya, air mas, karena kalau kekurangan air selalu kurang memadai sehingga terjadi iritasi atau gatal-gatal
5. Apakah karyawan disini mendapat pelatihan/ pembinaan? jika iya bagaimana bentuknya?
Karyawan disini diberi pembinaan dan pelatihan yang lebih efektif dalam proses membatik, sesuai motif-motif baru yang diinginkan pelanggan
6. Adakah kendala yang terdapat di bidang pekerjaan bapak?
Kendalanya sih tidak ada mas
7. Apakah saudara betah bekerja disini? Sebutkan alasannya.
Alhamdulillah betah, karena mempekeronomikan keluarga juga buat pendidikan serta lingkungan di Griya Batik Mas juga memadai dan saya juga dipercayai sehingga saya betah bekerja disini
8. Adakah bentuk apresiasi (bonus) dari pemilik terhadap karyawan? Jika ada bagaimana bentuknya?

Apresiasi atau bonus biasanya di hari lebaran mas, jika pemasaran bagus, produk laku pasti karyawan dapat bonus seperti tambahan uang gaji sembako dan yang lainnya, dan kalau rajin bekerja seminggu juga diberi bonus

9. Adakah saran atau keinginan anda atau karyawan lain, yang belum tersampaikan? Apa itu?

Saran saya sih tingkatkan produksi dan karyawan rajin bekerja sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat Pekalongan kota ini.

Informan : Fatiach Kadir

Hari Tanggal : Sabtu, 28 Maret 2015

Tempat : Toko

1. Sejak kapan usaha ibu berdiri?

Saya merintis sejak tahun 1971

2. Sejak kapan produk ibu bisa menembus pasar Internasional?

Sejak tahun 70an namun sempat tersendat saat krisis moneter tahun 97 kemudian kembali lagi 3 tahun berikutnya, kita sudah ekspor ke Amerika, Prancis, Kanada. Dari awal memang orientasi saya memang ekspor, kalau membuat semua orang memang bisa tapi memasarkan tidak mudah jadi harus mempelajari kira kira bisa masuk pasar mana. Pembuatannya harus sesuai selera pasar yang kita tuju. Motif tradisionil itu tidak laku di luar negeri makanya harus ada kerja sama dengan orang sana.

3. Apa saja keunggulan ibu bapak sehingga bisa menembus pasar Internasional?

Kualitas harus ekspor. Harus memiliki kualitas, dari bahan baku kainnya sampai ke tahap lainnya harus ada qc(*quality control*)

4. Bisa dijelaskan bagaimana prosesnya dan strategi bapak saat menawarkan produk ke luar negeri?

Saya disini disaat mencari *bayer* saya buka warung di tempat-tempat turis kayak di Jogja di pasar kembang, di Bali, di Jakarta. Kita mencari pelanggan ke tempat tempat tadi. Kita juga mencari pelanggan ke hotel-hotel walaupun pernah ditolah kita harus punya jiwa yang kuat

5. Apakah ada kendala unit usaha ibu dalam memproduksi batik? Apa itu.

Saya tidak pernah menganggap kendala itu kendala, malah itu menjadi tantangan

6. Menurut ibu, mengapa pengusaha batik di pekalongan belum mampu menembus pasar Internasional?

Ya itu tadi *quality control* tidak dijaga, harga juga tidak dijaga, kita harus jujur di segala bidang. Sementara pengusaha banyak yang suka menipu ingin mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya.

7. Bagaimana pengalaman ibu saat menawarkan produk keluar negeri?

Setelah menawarkan barang ke tempat turis seperti Jogja dan Bali dan Jakarta di tamrin yaitu tempat pemasaran produk indonesia ada kayu pahat, souvenir, arca, ukiran dan produk lainnya. Lalu bekerja sama dengan jasa eksportir ada yang dari semarang yang namanya perindus tapi dikuota, tapi kuota juga bisa diperjualbelikan, setelah itu kami juga dihimpau pusat untuk mengurus izin eksport harus mengirim dulu ke negara yang meminta namun sebelumnya saya harus menerima dp 50 persen dulu sebagai modal kerja untuk mengikat baru mengirim barang. Kalau untuk mengirim saya pakai prangko exfactory (prangko pabrik) dari packing ongkos kirim melalui Pekalongan-Jakarta lalu ke Internasional. Kita juga harus pandai bernego, sampai *packingnya* dari label, hem teg, ukuran, *country of origin*(negara asal), terus jenis kain, kemudian cara mencuci juga harus dicantumkan.

8. Berapa jumlah produk yang diekspor?

Tergantung permintaan dari mereka, ada *bayer* yang 300.000 potong, ada yang minta yang 50.000 potong, ada yang minta 25.000 potong.

9. Produk apa saja yang diminati selain hem batik?

Ada *bedcover* dari batik, ada bantal kursi dari batik

10. Adakah bantuan dari pemerintah terhadap usaha ibu?

Terus terang tidak ada, justru jika ada pengusaha yang sukses diklaim binaan dari mereka,

11. Apa saran ibu bagi pengusaha batik lainnya supaya mampu mengeksport produk ke luar negeri?

Ya harus banyak belajar dari yang sudah pengalaman, tinggal membuka wawasan saja, yang minta bantuan ke saya banyak tapi kan tergantung pribadi mereka masing-masing

12. Adakah saran kepada pemerintah untuk mengembangkan usaha batik?

Pemerintah harus membuka pasar seluas-luasnya terutama pengerajin kecil, mereka kan tidak punya biaya jadi harus digandeng untuk promosi dalam negeri atau kerjasama dengan pengusaha.

Informan : Hari Purnomo

Hari Tanggal : Sabtu, 28 Maret 2015

Tempat : Rumah

1. Sejak kapan Bapak menjadi kepala lurah di kampung batik kauman ?
Kalau saya itu pada 2 januari 2014 sebagai Plt Lurah keputraan lalu merangkap lurah Kauman sebelumnya bu Nasir yang sudah pensiun
2. Apa saja kegiatan rutin yang diadakan di kampung batik kauman ini?
Di Kauman kan ada komunitas yang namanya PKPK yang membangun pak Rusdi dkk yaitu mengkondisikan kegiatan rapat dan musyawarah, Kauman juga pernah dikunjungi pak SBY karena kauman sudah diakui secara nasional karena keunikannya.
3. Menurut bapak apa keunggulan griya batik Mas di kauman ini?
Griya Batik Mas adalah karena yang pertama usaha yang cukup besar dan juga ada terobosan inovasi-inovasi dimana para pengunjung itu bisa dimanjakan fasilitas dan produknya dia dan juga ada transportasi khusus batik mas untuk mengantar pengunjung.
4. Adakah pelatihan khusus bagi para pengusaha ataupun masyarakat di Kauman ini? bagaimana bentuknya?
Ya ada, kemaren ada pendampingan kerjasama dengan pariwisata Trisakti dengan para karyawan seperti pelatihan bahasa inggris, manajemen, dan juga ada pendampingan Dinas Perhubungan Dan Pariwisata Dari Pemerintah
5. Adakah bantuan yang diberikan Pemerintah? Bagaimana bentuk bantuannya?
Pemerintah memberi pendampingan dan pelatihan karena kauman sudah masuk dalam agenda pemerintah kota Pekalongan, pemerintah juga membantu seperti pameran

6. Apa saja kendala yang ada bagi para pengusaha batik di Kauman ini?

Kita berusaha menyatupadukan para pengusaha supaya tidak ada kecemburuan antara pengusaha kecil dan besar, karena yang selalu dipantau usaha batik skala besar padahal kan yang kecil juga perlu. Kalau bahan baku semakin sekarang harga bahan seperti mori semakin mahal dan ketersediaan bahan baku semakin sedikit sehingga kita butuh stok yang lebih banyak.

Informan : Hj. Elawti AR. B.Sc

Hari Tanggal : Sabtu, 28 Maret 2015

Tempat : Rumah

1. Bagaimana bentuk pelatihan dan pendidikan yang dilakukan di kampung batik Kauman ini bu?

Karena ini namanya kampung batik, jadi fokusnya di proses pembatikan. Kita juga ada teori dan juga ada buku kecil, kita biasanya juga langsung praktik visual dan memberikan resep obat kita kasih gambaran dilapangan dari proses awal sampai akhir.

2. Menurut bapak/ibu, mengapa perlu diberikan pelatihan bagi mereka? Apa yang belum dimiliki para pengusaha?

Awalnya sebelum batik ini diresmikan UNESCO batik yang dominan Pekalonganyang tidur kini bangkit lagi. Kita juga sudah bekerja sama di sekolah dimana setiap tahun anak SMK selalu praktik di sini dan kita juga terima magang disini

3. Apa saja manfaat nyata bagi para pengusaha setelah diberikan pendidikan dan pelatihan?

Kalau pelatihan kan diberikan oleh Pemerintah Kota, kita ada program dari Departemen Koperasi dan UKM secara rutin

4. Menurut ibu, apa keunggulan dan kelemahan griya batik mas di kauman ini?

Griya batik mas itu dikelola sama anak-anak muda, mereka bisa membaca peluang tinggal kuat untuk membuat *division* untuk terobosan untuk menembus pasar luar, tapi harus bareng-bareng sehingga lebih maju

5. Apa saja yang menjadi kendala utama dalam proses produksi bagi para pengusaha disini?

Kadang bahan baku susah, dan obat-obat juga semakin mahal, terus gondo juga bahan baku untuk batik makin mahal, mori juga semakin mahal

6. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Mau gak mau, tetap harus tetap jalan, karena dibelakang kita itu ada pekerja.

7. Menurut ibu, apa saja yang harus dilakukan agar pengusaha bisa menembus pasar Internasional?

Kita harus memiliki pengepul, kalau kita jalankan sendiri akan ribet, karena kita bukan pelaku ekspor ya rata-ratanya. Kita bisa ke Eropa karena ada pengepul yang diajak bekerja sama. Dan saya punya anggapan harus punya nilai lebih sehingga bisa ekspor

8. Kapan pertama kali produk ibu bisa menembus pasar Internasional?

Sampai sekarang pun kita masih mengekspor ke Singapura dari tahun 80an bersama adik saya dan kita punya teman yang disajak bekerja sama untuk mengatasi *cost* yang mahal, kita juga selalu mencari *link* pada saat pameran jadi batik kita dia yang memasarkan kita. Australia juga pernah tapi lewat pengepul, kecuali ada batik tobal itu tanpa pengepul tergantung modal

9. Apa keunggulan batik ibu sehingga bisa menembus pasar Internasional?

Batik kita punya karakter, contohnya motif bunga tiap pengerajin beda, selain itu kita juga punya kualitas baik dari segi bahan baku, dan cara pengerjaannya

10. Adakah kendala dalam menwawrkan produk ke luar negeri?

Sulit menemukan *link*, prosesnya juga sulit dan butuh bantuan pengepul

11. Adakah bantuan Pemerintah?

Ya ada fasilitas pameran, pelatihan seperti tadi.

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN



Griya Batik MAS



Proses pembuatan batik tulis



Proses pencelupan batik



Proses pembuatan batik cap



Proses Penjahitan



Penulis bersama pemilik Batik MAS



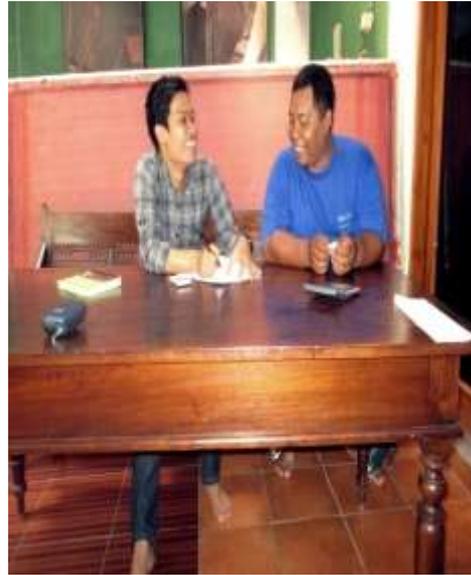
Penulis bersama Ketua bidang pelatihan



Penulis bersama ketua lurah kauman



Karyawan bidang produksi



karyawan bidang pemasaran & operasional



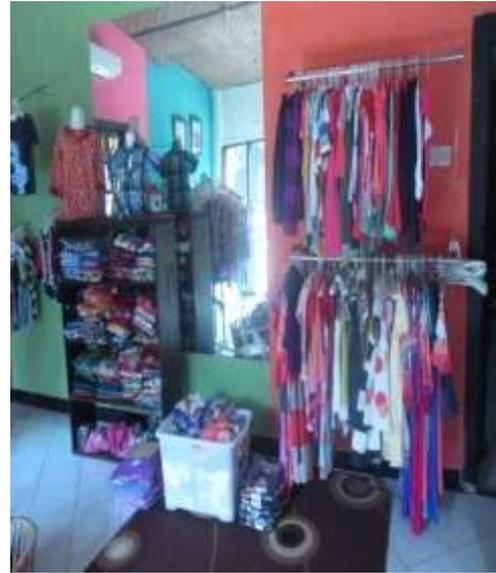
Pemilik tobal batik



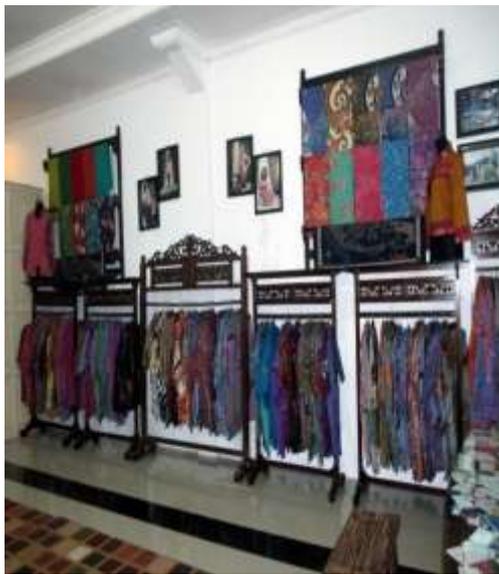
Contoh produk griya batik mas



Contoh produk



Contoh produk batik anak-anak



Contoh produk sarung dan hem



Tempat jasa pelatihan Griya Batik MAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)

Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang.
Telp/Fax. (024) 8508015, website : <http://fe.unnes.ac.id>

Nomor : *324* /UN37.1.7/PP/2015
Hal. : **Ijin Observasi**

06 - Februari 2015

Yth. Drs. H. M. Rosyidi Pemilik Griya Batik Mas
Gg. 12 No. 13-15 Kampoeng Batik Kauman
Pekalongan

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

Nama : Jaya Sihombing
NIM : 710 1411323
Jur./Konsentrasi : Pend. Ekonomi / Pend. Koperasi

Bermaksud akan menyusun skripsi dengan tema " Analisis strategi pengembangan usaha kerajinan batik griya batik mas pekalongan". Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diijinkan untuk dapat melakukan observasi di tempat yang Saudara pimpin dengan alokasi waktu bulan Februari 2015 sd. selesai.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.



A. Dekan
Dekan Bidang Akademik,

Heri Yanto, MBA.PhD
0637181987021001

Tembusan Yth :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kajar Pendidikan Ekonomi Unnes

FM-05-AKD-24



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)

FAKULTAS EKONOMI (FE)

Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang.
Telp/Fax. (024) 8508015, website : <http://fe.unnes.ac.id>

Nomor : 820 /UN37.1.7/PP/2015
Hal : Ijin Obserbasi

26...Maret 2015

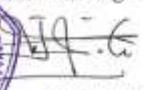
Yth. Koordinator Disperindagkop Kota Pekalongan
Jl. Majapahit No. 9 Pekalongan

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

N a m a : Jaya Parlindungan Sihombing
N I M : 7101411323
Jurusan/Konsentrasi : Pend. Ekonomi / Pend. Koperasi

Bermaksud akan menyusun skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Batik Griya Batik MAS Pekalongan". Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan dapat diijinkan untuk dapat melakukan penelitian di tempat usaha Saudara dengan alokasi waktu bulan Maret 2015 sd. selesai.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Dekan
Dekan Bidang Akademik,

Drs. Heri Yanto, MBA, PhD
NIR-19637181987021001

Tembusan Yth.:

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kajur Pendidikan Ekonomi Unnes

FM-05-AKD-24



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)
Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang,
Telp/Fax. (024) 8508015, website : <http://fe.unnes.ac.id>

Nomor : 788 /UN37.1.7/PP/2015
Hal : Ijin Penelitian

18... Maret 2015

Yth. Pemilik Griya Batik MAS
Gg 1 dan 12 Kampoeng Batik Kauman
Pekalongan

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

N a m a : Jaya Parlindungan Sihombing
N I M : 7101411323
Jurusan/Konsentrasi : Pend. Ekonomi / Pend. Koperasi

Bermaksud akan menyusun skripsi dengan judul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Batik Griya Batik MAS Pekalongan**". Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan dapat diijinkan untuk dapat melakukan penelitian di tempat usaha Saudara dengan alokasi waktu bulan Maret 2015 sd. selesai.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.



Tembusan Yth.:
1. Dekan
2. Kejur. Pend. Ekonomi
Fakultas Ekonomi Unnes

FM-05-AKD-24

