

KEUNGGULAN INDUSTRI BATIK TEGALAN: MASALAH DAN TANTANGANNYA DALAM MENGHADAPI KEBERLANGSUNGAN YANG KOMPETITIF

Ida Farida¹, Sunandar², Aryanto³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Politeknik Harapan Bersama Tegal
Korespondensi Email: idafaridah90@yahoo.com

Abstrak

Batik dapat dikatakan salah satu dari sekian banyak ragam kekayaan bangsa yang perlu dilestarikan dan dijaga kualitasnya. Pengukuhan batik sebagai warisan budaya tak benda oleh United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) tahun 2009 memberikan kebanggaan sekaligus tantangan bagi pemangku kepentingan di Indonesia.. Tegal merupakan salah satu daerah penghasil batik. Sebagian besar batik yang dihasilkan di Tegal merupakan hasil dari industri kecil dan menengah yang dikelola secara tradisional. Produksi kerajinan batik Tegal masih terbatas dikarenakan faktor sumber daya manusia dan pengelolaan yang masih tradisional. Industri Batik Tegal menghadapi persaingan ketat di Tegal dan sekitarnya, mereka harus terus mengembangkan produk baru dan kemampuan pasar, menumbuhkan dan mempromosikan kompetensi inti mereka sendiri untuk memiliki keunggulan kompetitif jangka panjang untuk mendapatkan pembangunan berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor internal untuk meningkatkan keunggulan batik Tegal dan untuk mengetahui cara meningkatkan kompetensi industri batik Tegal dalam rangka mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan

Kata Kunci: Keunggulan industri, Batik Tegal, Kompetitif

ADVANTAGES OF BATIK TEGALAN INDUSTRY: THE PROBLEMS AND THEIR CHALLENGES OF COMPETITIVE DEPARTMENT

Abstract

Batik can provide one of the many varieties of National wealth that needs to be preserved and maintained its quality. Inauguration of batik as an intangible cultural heritage by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) in 2009 provided pride as well as challenges for stakeholders in Indonesia. Tegal is one of the batik-producing regions. Most of the batik produced in Tegal is the result of traditionally managed small and medium industries. The production of Tegal batik is still limited by traditional human resources and management factors. The Tegal Batik industry faces fierce competition in Tegal and its surroundings, they must continue to develop new products and market capabilities, grow and support their own competencies to have higher competitive competencies for sustainable development. The purpose of this study is to look for internal factors to improve the superiority of Tegal batik and to find out how to improve the competence of the batik industry

Keywords: Industry excellence, Batik Tegal, Competitive

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu produk tekstil hasil karya tradisional bangsa Indonesia. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki hasil karya batik dengan kekhasan motifnya. Batik dapat dikatakan salah satu dari sekian banyak ragam kekayaan bangsa yang perlu dilestarikan dan dijaga kualitasnya. Pengukuhan batik sebagai warisan budaya tak

benda oleh United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) tahun 2009 memberikan kebanggaan tersendiri untuk Bangsa dan Negara sekaligus menjadi tantangan bagi pemangku kepentingan di Indonesia. (Nurhayati, Besar, Ekonomi, & Pekalongan, 2016) Batik tidak hanya sebagai warisan budaya suatu bangsa tetapi batik memiliki nilai ekonomi dan dapat

menghidupi para pengelola industri, perajin, maupun pedagang. Disadari bahwa batik dapat memberikan kontribusi yang besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Untuk itu, pelestarian dan perkembangan industri batik yang menghasilkan kualitas dan ciri khas daerah harus mendapat dukungan dari semua pihak. (Aisyah Amalia, 2016)

Usaha Mikro Kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian satu Negara ataupun suatu daerah terkecuali di Indonesia. (Wibowo, n.d.). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Alfi Amalia, Hidayat, & Budiarmo, n.d.)

Secara umum UMKM batik Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan baik yang berasal dari internal (seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia/SDM, keterbatasan modal kerja), maupun permasalahan eksternal (seperti kesulitan akses ke sumber modal, kesulitan akses pasar, ketatnya persaingan usaha) (Nurhayati et al., 2016)

Industri batik skala kecil mempunyai karakteristik khusus dan merupakan kebudayaan Indonesia yang tetap bertahan sampai saat ini. Dengan pengaruh motif daerah tertentu, batik berkembang dan menyebar terutama di pulau Jawa (Tinggi, Ekonomi, Bpd, & Tengah, 2011). Tegal merupakan salah satu daerah penghasil batik. Sebagian besar batik yang dihasilkan di Tegal merupakan hasil dari industri kecil dan menengah yang dikelola secara tradisional. Produksi kerajinan batik Tegal masih terbatas dikarenakan faktor sumberdaya manusia dan pengelolaan yang masih tradisional.

Berdasarkan hal tersebut, dukungan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan meningkatkan kualitas produk batik yang dihasilkan sangat diperlukan. Hal ini menjadi penting mengingat saat ini cukup derasnya produk tekstil batik negara lain masuk ke Indonesia. Ini merupakan tantangan bagi pelaku industri batik Tegal untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional. (Wibowo, n.d.)

Saat ini, Industri Batik Tegal menghadapi persaingan ketat di Tegal dan sekitarnya, mereka harus terus mengembangkan produk baru dan kemampuan pasar, menumbuhkan dan mempromosikan kompetensi inti mereka sendiri untuk memiliki keunggulan kompetitif jangka panjang untuk mendapatkan pembangunan berkelanjutan. Industri Batik Tegal memainkan peran yang sangat penting dalam mengembangkan ekonomi daerah. Menurut data dari Dinas Perindustrian bahwa pada tahun 2017 di Kota Tegal terdapat 197 pengrajin batik yang tersebar di delapan kelurahan, jika dibandingkan tahun 2015 jumlah pengrajin batik di Kota Tegal selama dua tahun telah mengalami peningkatan yaitu sebanyak 72 pengrajin batik, hal ini tentu berdampak baik bagi perekonomian masyarakat kota Tegal. (Disnakerin.tegalkota.go.id)

Sementara itu, Industri Batik Tegal sebagai kekuatan ekonomi yang penting dalam meningkatkan kemakmuran masyarakat, menyerap banyak tenaga kerja surplus, dan membuat kontribusi besar dalam mendorong pembangunan sosial dan ekonomi. Tetapi pada saat yang sama, dalam proses pengembangan Industri Batik Tegal di daerah Tegal menghadapi banyak masalah dan kesulitan termasuk bagian dari faktor eksternal yang menyebabkan, seperti persaingan pasar yang ketat, biaya sumber daya naik secara umum, pajak dan kredit untuk Industri Batik terlalu ketat. Tetapi masalah yang lebih penting dan

hambatan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif industri Batik Tegal adalah faktor internal: kurangnya kompetensi inti terutama pengelolaan keuangan, inovasi teknologi, manajemen perusahaan, dan kesadaran konstruksi merek. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elisabet Dita Septiari bahwa persaingan yang semakin ketat dalam industri batik mendorong para pengrajin batik berupa UKM batik Prawirotaman untuk memikirkan mengenai strategi yang tepat yang dapat dilakukan adalah terus melakukan inovasi agar dapat mengikuti selera konsumen dan memposisikan produk sebagai batik yang memiliki kualitas tinggi dan unik untuk segmen kelas menengah atas.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “KEUNGGULAN INDUSTRI BATIK TEGALAN: MASALAH DAN TANTANGANNYA DALAM MENGHADAPI KEBERLANGSUNGAN YANG KOMPETITIF”.

METODE

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Industri Kecil Menengah (IKM) produk Batik Tegal di Kota Tegal.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei untuk menjelaskan beberapa faktor yang meningkatkan keunggulan batik Tegal dan untuk meningkatkan kompetensi industri batik Tegal dalam rangka mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung kepada responden.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan orang, kejadian, atau segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian, sedangkan sampel adalah bagian populasi yang akan mewakili populasi untuk diteliti (Masa, Audit, & Hasan, 2014). Populasi penelitian ini adalah pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Batik Tegal di Kota Tegal yang aktif sebagai binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tegal berjumlah 35 orang.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kondisi Internal dan Eksternal Industri Batik Tegal

Berdasarkan hasil penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal pada industri batik Tegal, dapat diidentifikasi sejumlah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sedang dihadapi pelaku industri batik Tegal saat ini. Kekuatan dan kelemahan berasal dari faktor keuangan dan akuntansi, sumber daya manusia, produksi, dan

pemasaran. Kekuatan Industri Batik Tegal antara lain; (1) Tenaga kerja terampil dan loyal, (2) Kualitas produk yang mampu bersaing, (3) Produksi produk berorientasi pada kualitas. Sedangkan kelemahan dari Industri Batik Tegal antara lain; (1) Kebutuhan modal yang belum sepenuhnya terpenuhi, (2) pemasaran masih lemah, (3) toko dan penataan barang yang belum menarik (4) biaya produksi tinggi, (4) pencatatan keuangan masih tradisional.

Sejumlah peluang dan ancaman juga sedang dihadapi Industri Batik Tegal saat ini. Peluang dan ancaman tersebut berada di luar kendali pelaku Industri Batik Tegal, namun dalam jangka pendek maupun menengah dapat mempengaruhi eksistensi Industri Batik Tegal. Berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Industri Batik Tegal yaitu; (1) tren busana batik di kalangan masyarakat yang semakin beragam, (2) semakin luasnya pasar lokal dan nasional (3) ketersediaan bahan baku batik memadai, (4) tren perdagangan berbasis E-Commerce. Selain itu, ada beberapa ancaman yang perlu diantisipasi antara lain; (1) persaingan antar industri batik semakin ketat, (2) bargaining power konsumen sangat kuat, (3) kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi daya beli masyarakat, (4) jenis batik yang semakin beragam.

Tabel 1. Daftar Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada Industri Batik Tegal

Kekuatan	Kelemahan
1. Tenaga kerja terampil dan loyal	1. Kebutuhan modal yang belum sepenuhnya terpenuhi
2. Kualitas produk yang mampu bersaing	2. Pemasaran masih lemah
3. Produksi produk berorientasi pada kualitas	3. Toko dan penataan barang yang belum menarik
	4. Biaya produksi tinggi
	5. Pencatatan keuangan masih tradisional

Peluang	Ancaman
1. Tren busana batik di kalangan masyarakat yang semakin beragam	1. Persaingan antar industri batik semakin ketat
2. Semakin luasnya pasar lokal dan nasional	2. Bargaining power konsumen sangat kuat
3. Ketersediaan bahan baku batik memadai	3. Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi daya beli masyarakat
4. Tren perdagangan berbasis <i>E-Commerce</i>	4. Jenis batik yang semakin beragam

4.2 Analisis Perumusan Strategi Batik Tegal

4.2.1 Matriks evaluasi faktor internal (IFE Matrix)

Analisis factor lingkungan intern merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pemilik batik. Proses identifikasi kekuatan dan kelemahan dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik (Septiari, 2018)

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor internal pada Industri Batik Tegal, diperoleh beberapa kekuatan dan kelemahan internal. Faktor-faktor tersebut selanjutnya diberikan bobot dan peringkat oleh pelaku industri Batik Tegal.

Pada tabel 2, terlihat total skor IFE sebesar 2,97 yang menunjukkan bahwa Industri Batik Tegal berada pada posisi rata-rata atau cukup kuat secara internal. Kekuatan terbesar usaha ini adalah tenaga kerja terampil dan loyal yang memiliki skor 0,56. Posisi selanjutnya adalah kualitas produk yang mampu bersaing (0,33), dan produksi produk berorientasi pada kualitas (0,33).

Kelemahan terbesar usaha ini adalah kebutuhan modal yang belum sepenuhnya terpenuhi dengan skor 0,56. Kelemahan pada posisi kedua adalah pemasaran, dan biaya produksi tinggi, dengan skor masing-masing sebesar 0,33, sedangkan posisi ketiga adalah

pencatatan keuangan masih tradisional dengan skor 0,10 dan terakhir toko dan penataan barang yang belum menarik.

Tabel 2. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)
Industri Batik Tegal

Faktor Strategis Internal	Bobot	Relatif	Rating	Skor Bobot
Kekuatan				
1. Tenaga kerja terampil dan loyal	5	0,14	4	0,56
2. Kualitas produk yang mampu bersaing	4	0,11	3	0,33
3. Produksi produk berorientasi pada kualitas	5	0,14	3	0,33
Kelemahan				
1. Kebutuhan modal yang belum sepenuhnya terpenuhi	5	0,14	4	0,56
2. Pemasaran masih lemah	5	0,14	3	0,33
3. Toko dan penataan barang yang belum menarik	3	0,08	2	0,16
4. Biaya produksi tinggi	4	0,11	3	0,33
5. Pencatatan keuangan masih tradisional	5	0,14	2	0,28

1				
Total	36	1,00		2,97

4.2.2 Matriks evaluasi faktor eksternal (EFE Matrix)

Faktor eksternal perusahaan berasal dari data di luar perusahaan yang berkaitan dengan kondisi social ekonomi, teknologi, pembeli dan pesaing (Tahwin & Mahmudi, n.d.) Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal pada Industri Batik Tegal, diperoleh sejumlah peluang dan ancaman eksternal. Faktor-faktor tersebut selanjutnya diberikan bobot dan peringkat oleh pelaku industri Batik Tegal (Tabel 3).

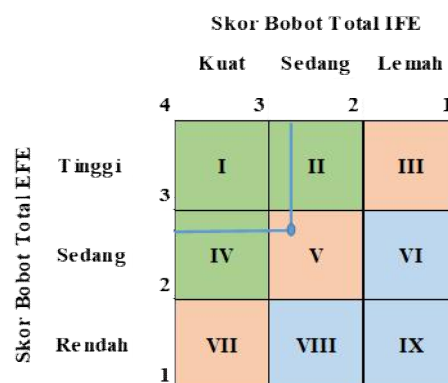
Pada tabel 3, terlihat total skor EFE sebesar 2,80 yang mengindikasikan bahwa industri Batik Tegal mampu merespon dengan cukup baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Dengan kata lain, strategi usaha ini sangat cukup efektif dalam menarik keuntungan dari peluang eksternal dan menghindari ancaman yang menghadang. Peluang terbesar bagi industri Batik Tegal adalah indikator Tren busana batik di kalangan masyarakat yang semakin beragam dengan skor 0,64. Indikator ketersediaan bahan baku batik memadai berada di posisi kedua dengan skor sebesar 0,52.

Ancaman terbesar yang dihadapi industri Batik Tegal saat ini adalah persaingan antar industri batik semakin ketat dengan skor 0,32, sedangkan jenis batik yang beragam dan kenaikan harga bahan baku menempati posisi kedua dengan skor 0,20.

Tabel 2. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)
Industri Batik Tegalan

Faktor Strategis Internal	Bobot	Relatif	Rating	Skor Bobot
Peluang				
1. Tren busana batik di kalangan masyarakat yang semakin beragam	5	0,16	4	0,64
2. Semakin luasnya pasar lokal dan nasional	4	0,13	2	0,26
3. Ketersediaan bahan baku batik memadai	4	0,13	4	0,52
4. Tren perdagangan berbasis <i>E-Commerce</i>	3	0,10	2	0,20
Ancaman				
1. Persaingan antar industri batik semakin ketat	5	0,16	2	0,32
2. <i>Bargaining power</i> konsumen sangat kuat	4	0,13	2	0,26
3. Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi daya beli masyarakat	3	0,10	3	0,30
4. Jenis batik yang semakin beragam	3	0,10	3	0,30
Total	31	1,00		2,80

4.2.3 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)



Analisis Matriks Internal dan Eksternal (I-E Matrix) menggunakan informasi dari hasil perhitungan matriks IFE dan EFE yang dilakukan sebelumnya untuk mengetahui posisi perusahaan dan memperoleh strategi alternatif. Skor total IFE adalah 2,97 menandakan bahwa industri Batik Tegalan memiliki kemampuan rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalisir kelemahan internalnya. Sementara itu, skor total EFE adalah 2,80 mengindikasikan bahwa usaha ini memiliki posisi yang cukup kuat dalam memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari ancaman yang sedang menghadang.

Hasil analisis Matriks IE menunjukkan bahwa industri Batik Tegalan berada pada sel V atau pada tahap menjaga dan mempertahankan (Maintain). Dalam posisi ini, alternatif strategi yang tepat adalah strategi intensif (seperti pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (seperti integrasi horizontal). Posisi industri Batik Tegalan pada Matriks IE ditunjukkan dalam Gambar 3.

4.2.4 Matriks perencanaan strategis kuantitatif (QSPM)

Analisis QSPM ini digunakan untuk mendapatkan strategi yang terbaik diantara sejumlah alternatif strategi yang dihasilkan oleh matriks Internal-Eksternal (I-E), berdasarkan daya tarik relatif faktor-faktor strategis internal dan eksternal. Beberapa strategi yang dihasilkan antara lain; pengembangan pasar, pengembangan produk dan integrasi horizontal. Proses analisis QSPM ini menggunakan informasi dari matriks IFE dan EFE untuk menentukan sejumlah faktor strategis internal dan eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang sedang dihadapi perusahaan saat ini, beserta nilai bobotnya. Selain itu, informasi lain yang digunakan adalah hasil penentuan penentuan skor daya tarik relatif (AS) oleh pelaku industri Batik Tegal. Dari informasi tersebut, selanjutnya dilakukan pengolahan data melalui QSPM (Tabel 4).

Tabel 4. Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) Industri Batik Tegal

Faktor-Faktor Strategis	B o b o t	Alternatif Strategi Bisnis					
		S 1		S 2		S 3	
		A S	T A S	A S	T A S	A S	T A S
Kekuatan							
1. Tenaga kerja terampil dan loyal	0,14	2	0,28	4	0,56	1	0,14
2. Kualitas produk yang mampu bersaing	0,11	4	0,44	4	0,44	4	0,44
3. Produksi produk berorientasi	0,14	4	0,56	3	0,42	2	0,28

pada kualitas			6		2		8
Kelemahan							
1. Kebutuhan modal yang belum sepenuhnya terpenuhi	0,14	3	0,42	3	0,42	1	0,14
2. Pemasaran masih lemah	0,14	4	0,56	3	0,42	2	0,28
3.							
4. Toko dan penataan barang yang belum menarik	0,08	4	0,32	2	0,16	3	0,24
5. Biaya produksi tinggi	0,11	2	0,22	2	0,22	2	0,22
6. Pencatatan keuangan masih tradisional	0,14	2	0,28	1	0,14	2	0,28
Peluang							
1. Tren busana batik di kalangan masyarakat yang semakin beragam	0,16	4	0,64	4	0,64	3	0,48
2. Semakin luasnya pasar lokal dan nasional	0,13	4	0,52	1	0,13	3	0,39
3. Ketersediaan bahan baku batik memadai	0,13	3	0,39	2	0,26	1	0,13
4. Tren perdagangan berbasis <i>E-Commerce</i>	0,10	4	0,40	1	0,10	2	0,20
Ancaman							
1. Persaingan antar industri batik semakin ketat	0,16	1	0,16	4	0,64	4	0,64
2. <i>Bargaining power</i> konsumen	0,13	1	0,13	2	0,26	3	0,39

sangat kuat			3		6		9
3. Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi daya beli masyarakat	0,10	1	010	1	010	1	0
4. Jenis batik yang semakin beragam	0,10	2	020	3	030	1	0
TOTAL			5		5		4
			6		2		4
			2		1		5

Hasil analisis QSPM menunjukkan alternatif strategi dengan nilai tertinggi hingga terendah. Urutan pertama adalah strategi pengembangan pasar dengan jumlah keseluruhan daya tarik total (STAS) sebesar 5,62. Urutan kedua adalah strategi pengembangan produk dengan jumlah keseluruhan daya tarik total (STAS) sebesar 5,21, sedangkan strategi integrasi horizontal menempati urutan ketiga dengan jumlah keseluruhan daya tarik total (STAS) sebesar 4,45. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang paling cocok untuk industri batik Tegalan berdasarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal saat ini.

Melalui strategi pengembangan pasar, Industri Batik Tegalan memperkenalkan dan menjual produk yang ada ke wilayah pemasaran baru yang lebih luas. Secara umum strategi pengembangan pasar dapat dilakukan dengan membuka wilayah pemasaran baru melalui ekspansi regional, nasional, dan internasional serta menarik segmen lainnya melalui pengembangan versi produk, memasuki saluran distribusi baru, dan beriklan di media lain (Pearce & Robinson, 2013). Beberapa prasyarat

dalam mengimplementasikan strategi pengembangan pasar, antara lain: (1) penambahan jumlah tenaga pemasaran, (2) peningkatan pengeluaran untuk iklan, (3) memanfaatkan teknologi serta platform media sosial untuk memasarkan produk, (4) peningkatan modal dan sumberdaya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola marketing, dan (4) membangun toko cabang baru di kota atau daerah lain yang dianggap menguntungkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal pada industri batik

Tegalan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1. Kondisi internal dan eksternal Industri Batik Tegalan menunjukkan kinerja yang cukup baik. Skor matriks IFE sebesar 2,97 mengindikasikan bahwa Industri Batik Tegalan memiliki kemampuan rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalisir kelemahan internalnya, sedangkan skor matriks EFE sebesar 2,80 mengindikasikan bahwa industri ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang sedang menghadang.
2. Berdasarkan analisis perumusan strategi bisnis melalui tahap input, tahap pencocokan dan tahap keputusan diperoleh sejumlah strategi alternatif, antara lain; strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk dan strategi integrasi horizontal. Strategi pengembangan pasar merupakan strategi alternatif terbaik untuk diimplementasikan oleh industri Batik Tegalan karena memiliki nilai STAS tertinggi yaitu sebesar 5,62 pada matriks QSPM. Strategi ini paling tepat untuk

diterapkan oleh industri Batik Tegalan dalam menghadapi kekuatan persaingan dan memperkuat daya saing usaha pada segmen sasaran yang dituju.

Saran

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel batik Tegalan yang dinyatakan aktif sebagai binaan Dinas Koperasi UMKM di Kota Tegal. Studi Kasus di Kota Tegal mungkin memiliki karakteristik tertentu yang mungkin berbeda dengan daerah yang lainnya, sehingga dimungkinkan hasil dari penelitian ini kurang dapat digeneralisasikan secara umum. Penelitian selanjutnya bisa mengambil sampel dari berbagai macam daerah yang memiliki berbagai macam karakteristik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih dapat digeneralisasikan.
2. Penelitian ini menggunakan model yang cukup sederhana yaitu regresi berganda, sehingga tidak melihat secara rinci hubungan dan pengaruh antara variabel bebas. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan model yang lebih kompleks seperti *structural equation modeling* (SEM).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2016). PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN TUBBY, 1.
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiatmo, A. (n.d.). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UKM BATIK, 1–12.
- Masa, P., Audit, P., & Hasan, A. (2014). Pengaruh masa perikatan audit, spesialisasi industri kap, reputasi kap dan komite audit terhadap kualitas audit, (1998), 147–160.
- Nurhayati, S., Besar, G., Ekonomi, I., &

Pekalongan, U. (2016). STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BATIK MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY (AEC), 19(SEPTEMBER), 15–23.

- Septiari, E. D. (2018). Perencanaan Strategi Pemasaran Batik di Prawirotaman Menggunakan Analisis SWOT, (September), 5–6.
- Tahwin, M., & Mahmudi, A. A. (n.d.). Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem with SWOT Analysis), 1, 57–70.
- Tinggi, S., Ekonomi, I., Bpd, B., & Tengah, J. (2011). STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA SKALA KECIL BATIK DI PEKALONGAN Oleh : Djoko Sudantoko, 6(1), 29–45.
- Wibowo, D. H. (n.d.). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), 29(1), 59–66.