

Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Batik Di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur

Mohamad Salman Huda

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung

Abstract

Batik industry is an industry sector that become a mainstay for local and export markets, especially post – textile sector . This study aims to analyze local economic development strategies to improve competitiveness in batik industry in Tulungagung regency.

The research problem is proposed to find out the problem of the solution on solution of local economic development and batik industry competitiveness in Tulungagung Regency . This research is a qualitative research and the method used is survey method and analysis used by SWOT analysis.

Result of research analysis concluded; A) Determining market segmentation to be addressed, based on demographic , geographical and buyer behavior variables , B) Determining target market to be addressed those inside and outside Tulungagung including overseas, C) Improve human resource development (HR) program in quality and design, due to the fact that consumers are very fond of the characteristics of certain goods, such as: good quality with unique colors, design and motifs.D) Continuously conduct market research and development to facilitate product innovation efforts , so that the products sold are not behind competitors, E) Implement pricing policies that compete with competitor prices , F) Increase appreciation , implementation ,and protection of typical batik motif area through intellectual property rights , G) Promotion of promotional program aimed at introducing product innovation and promoting sales , such as : exhibition participation at home and abroad , opening marketing outlets in strategic location of export , H) Fostering good relationships with customers and distributors so as to expand distribution throughout the country.

Keyword : Development of local economy , Batik Industry

Latar Belakang Teoritis

Pembangunan dan pertumbuhan usaha mikro , kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. Penelitian Tambunan (2011) menjelaskan bahwa salah satu karakteristik dari dinamika dan kinerja ekonomi yang baik dengan laju pertumbuhan yang tinggi di negara Asia Timur dan Tenggara yang dikenal dengan *Newly Industrializing Countries (NICs)* seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah kinerja usaha kecil menengah mereka sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. UMKM di negara-negara tersebut yang responsive terhadap kebijakan-kebijakan pemerintahnya dalam pembangunan sektor swasta dan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang berorientasi ekspor. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Pada saat krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia beberapa tahun lalu, banyak usaha berkala besar yang mengalami stagnasi hingga berhenti aktifitas. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mampu *survive* menghadapi krisis tersebut. Dalam mempercepat proses pemulihan kegiatan ekonomi akibat krisis, Pemerintah gencar melaksanakan pengembangan dan perbaikan di berbagai sektor perekonomian, dimana salah satu faktor strategis yang menjadi perhatian adalah sektor industri batik. Sulistyastuti (2014) Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia sangat strategis dalam rangka meningkatkan perekonomian. Hal ini terlihat ketangguhan industri batik telah terbukti sebagai jaring pengaman perekonomian disaat perusahaan besar banyak yang gulung tikar pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia. Bahkan industri batik mampu memberikan sumbangan dalam penyembuhan perekonomian nasional (*National Economic Recovery*).

Langkah Pemerintah guna meningkatkan perekonomian Indonesia terutama di daerah yaitu dengan memberlakukan otonomi daerah. Dengan

memberikan keleluasaan kepada daerah untuk menetapkan berbagai kebijakan, yaitu dengan UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan daerah dan UU No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Lewat otonomi daerah tersebut setiap daerah di Indonesia diharuskan untuk dapat mengembangkan setiap potensi lokal yang dimilikinya agar dapat bertahan dan berkembang ditengah persaingan regional maupun global. Secara tidak langsung, hal tersebut berarti pembangunan ekonomi suatu wilayah lebih mengarah pada pendekatan yang berorientasi pada pengembangan sumber daya lokal yang merupakan faktor-faktor endogen wilayah tersebut secara optimal dan maksimal. Penekanan pada pengembangan potensi lokal inilah yang membawa pembahasan penelitian ini menuju ke konsep pengembangan ekonomi lokal. Adapun Pengembangan Ekonomi Lokal sendiri pada prinsipnya merupakan “Suatu proses ketika aktor-aktor didalam komunitas baik kota, wilayah regional maupun kota-kota besar yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat bekerja sama secara kolektif untuk menciptakan kondisi pembangunan ekonomi dan pertumbuhan generasi yang lebih baik. Melalui proses ini diciptakan dan dikembangkan suatu budaya kewirausahaan yang dinamis, serta kesejahteraan komunitas dan usaha dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bagi semua yang berada dalam komunitas” (World Bank, 2011)

Pengembangan ekonomi lokal juga perlu diarahkan untuk mendukung perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mempunyai potensi menciptakan kesempatan kerja yang luas dan memiliki prospek yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat disuatu wilayah. Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian memilih sektor Industri Kecil Menengah (industri batik di Kabupaten Tulungagung) sebagai sektor yang memiliki potensi besar dalam Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL). Karena sejak akhir dasawarsa 2010-an hingga saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagian besar digerakkan oleh pertumbuhan industri manufaktur yang pesat. Dan diantara beberapa kelompok dalam sektor industri manufaktur, pembangunan, dan pertumbuhan sektor Industri Kecil

Menengah merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi perkembangan ekonomi wilayah di Indonesia. Peran UMKM di Kabupaten Tulungagung dalam pengembangan ekonomi masyarakat dalam hal ini terutama melalui sektor industri batik, sektor industri batik di Tulungagung menyerap cukup banyak sumber daya yang apabila dieksploitasi secara proporsional akan dapat memberikan multiplier effect yang mendorong pengembangan wilayah yang signifikan. *Multiplier effect* dari sektor industri batik di Kabupaten Tulungagung ini terutama berasal dari jumlah unit usahanya yang sangat banyak disektor ekonomi serta kontribusinya yang besar terhadap penciptaan kesempatan kerja dan sumber pendapatan, khususnya di daerah pedesaan dan bagi rumah tangga pedesaan (Tambunan, 2011).

Konsep Strategi

Strategi merupakan unsur yang penting dalam menghadapi tantangan. Keberhasilan menghadapi tantangan tergantung pada penerapan strategi untuk mencapai kesuksesan, suatu organisasi harus memiliki strategi yang cocok dengan lingkungan operasinya atau organisasi yang mampu memanfaatkan lingkungannya untuk mendapatkan keunggulan melalui pemilihan strategi. Kata "**strategi**" berasal dari kata *stratego* dalam bahasa Yunani, gabungan dari *stratos* atau tentara, dan *ego* atau pemimpin (Bryson, 2011:25). Dengan demikian strategi dapat diartikan sebagai seni dari jenderal (*the art of general*).

Dalam perkembangannya terdapat banyak pengertian atau definisi strategi. Salah satu pengertian strategi adalah pengetahuan dan seni menangani sumber-sumber yang tersedia dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang diinginkan (Chandradhy, 2011:79). Karena strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan, maka strategi memiliki beberapa sifat: (1) menyatu (*unified*), yaitu menyatukan bagian-bagian dalam perusahaan, (2) menyeluruh (*comprehensive*), yaitu mencakup seluruh aspek dalam perusahaan, dan (3) integral (*integrated*), yaitu seluruh strategi akan sesuai dengan seluruh tingkatan perusahaan, bisnis, dan fungsional. Konsep strategi perusahaan sering berhubungan dengan arah operasi perusahaan. Usaha kecil tidak mempunyai strategi formal

ataupun strategi tertulis secara formal. Strategi yang dijalankan muncul begitu saja dan sering direvisi sepanjang waktu dalam menghadapi tantangan dan kesempatan yang timbul pada saat tersebut. Adaptasi yang amat luwes dapat dilakukan dengan mudahnya oleh usaha kecil. Oleh karena itu, sangat masuk akal apabila usaha kecil lebih mudah beradaptasi karena rentang kendali langsung dilakukan oleh para pemilik dan dijalankan oleh para pemiliknya sendiri.

Adaptasi adalah suatu proses melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap bisnis dan fokus strateginya. Kemampuan penyesuaian terhadap bisnis merupakan faktor penting dalam kemampuan *survival* usaha kecil dalam menghadapi dinamika ekonomi yang terjadi.

Strategi merupakan unsur yang penting dalam menghadapi tantangan. Keberhasilan menghadapi tantangan tergantung pada penerapan strategi untuk mencapai kesuksesan, suatu organisasi harus memiliki strategi yang cocok dengan lingkungan operasinya atau organisasi yang mampu memanfaatkan lingkungannya untuk mendapatkan keunggulan melalui pemilihan strategi. Kata "**strategi**" berasal dari kata *stratego* dalam bahasa Yunani, gabungan dari *stratos* atau tentara, dan *ego* atau pemimpin (Bryson, 2011:25). Dengan demikian strategi dapat diartikan sebagai seni dari jenderal (*the art of general*).

Dalam perkembangannya terdapat banyak pengertian atau definisi strategi. Salah satu pengertian strategi adalah pengetahuan dan seni menangani sumber-sumber yang tersedia dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang diinginkan (Chandradhy, 2011:79). Karena strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan, maka strategi memiliki beberapa sifat: (1) menyatu (*unified*), yaitu menyatukan bagian-bagian dalam perusahaan, (2) menyeluruh (*comprehensive*), yaitu mencakup seluruh aspek dalam perusahaan, dan (3) integral (*integrated*), yaitu seluruh strategi akan sesuai dengan seluruh tingkatan perusahaan, bisnis, dan fungsional. Konsep strategi perusahaan sering berhubungan dengan arah operasi perusahaan. Usaha kecil tidak mempunyai strategi formal ataupun strategi tertulis secara formal. Strategi yang dijalankan muncul begitu saja dan sering

direvisi sepanjang waktu dalam menghadapi tantangan dan kesempatan yang timbul pada saat tersebut. Adaptasi yang amat luwes dapat dilakukan dengan mudahnya oleh usaha kecil. Oleh karena itu, sangat masuk akal apabila usaha kecil lebih mudah beradaptasi karena rentang kendali langsung dilakukan oleh para pemilik dan dijalankan oleh para pemiliknya sendiri.

Adaptasi adalah suatu proses melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap bisnis dan fokus strateginya. Kemampuan penyesuaian terhadap bisnis merupakan faktor penting dalam kemampuan *survival* usaha kecil dalam menghadapi dinamika ekonomi yang terjadi.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara penelitian dengan fenomena yang diteliti. Alamiah disini mempunyai arti bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam lingkungan yang alami tanpa adanya intervensi atau perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Sangat tidak dibenarkan untuk memanipulasi atau mengubah latar penelitian (Moleong, 2010).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2017 sampai dengan Mei 2017 dengan lokasi penelitian pada usaha kerajinan batik di Kabupaten Tulungagung.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah obyek yang diteliti dalam hal ini adalah perajin batik yang terdapat di Kabupaten Tulungagung yang terdiri dari 350 orang perajin batik dari total 15 perusahaan batik di Kabupaten Tulungagung dan 7 sentra usaha industri batik yang tersebar di Kabupaten Tulungagung.

2. Sampel

Penentuan sampling pada penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan teknik "*purposive random sampling*" yakni teknik untuk menentukan jumlah sampel dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya dapat lebih *representative*. Adapun jumlah sampel yang

digunakan sebanyak 15 responden perajin batik di wilayah Kabupaten Tulungagung.

1. Wawancara

Metode wawancara adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Suharsimi Arikunto, 2006:155).

Wawancara adalah proses Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Sunarto, 2012:82).

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpul data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dengan wawancara terstruktur ini, setiap responden diberi pertanyaan yang sama data mencatatnya. Dengan ini pula pengumpul data dapat menggunakan beberapa wawancara sebagai pengumpul data (Sugiyono, 2013:319).

Wawancara dilakukan dengan perajin batik dan dinas terkait. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data tentang profil, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industry batik di Kabupaten Tulungagung.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu cara untuk memperoleh data atau informasi tentang hal-hal yang ada kaitannya dengan penelitian, dengan jalan melihat kembali sumber tertulis yang lalu baik berupa angka atau keterangan (Suharsimi Arikunto, 2006:158). Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data dari sumber-sumber yang telah ada seperti catatan, transkrip, buku, media, kumpulan data, jurnal, dan sebagainya (Sunarto, 2012:82).

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2013:329). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang diambil dari laporan dan tertitah seperti undang-undang dan peraturan daerah yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang

terdapat pada industry batik di Kabupaten Tulungagung.

3. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Sunarto, 2012:81). Observasi partisipasi pasif dilakukan dengan peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Observasi yang dilakukan peneliti untuk mengamati dan bertujuan untuk menemukan data secara langsung pada lokasi industry batik di Kabupaten Tulungagung, yang diamati dalam penelitian ini adalah proses produksi pada industry batik tersebut.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber data terdiri dari :

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan
- b. Data Sekunder yaitu data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari bahan-bahan literature seperti dokumen-dokumen serta laporan-laporan yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini

a. Teknik Analisis Data

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan rangkuman inti sehingga akan mempermudah untuk mencari data inti.

2. Panyajian Data

Menurut Miles dan Huberman yang dikutip Muhammad Idrus bahwa : Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau

perbedaan. penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek peneliti dengan makna yang terkandung dengan konsep dasar penelitian.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis statistik deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk memecahkan masalah-masalah yang bersifat pengukuran kualitatif. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi info yang berharga bagi pengambil keputusan. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memaparkan Bagaimana upaya Pemerintah untuk meningkatkan Kualitas Sumberdaya Manusia untuk meningkatkan perajin konveksi yang ada di kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Kemudian analisis tersebut digunakan berdasarkan kegunaannya, untuk pengembangan strategi pengembangan ekonomi local digunakan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (*SWOT analysis*). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi industri/perusahaan (Rangkuti, 2011). Setelah analisis SWOT dilakukan, selanjutnya dilakukan penentuan strategi terbaik dalam pemecahan masalah masalah yang ada untuk selanjutnya dijadikan masukan bagi pemerintah dalam membuat dan menentukan kebijakan-kebijakan berkaitan dengan indutri batik di Kabupaten Tulungagung

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan industri/perusahaan.

Hasil Dan Pembahasan

Dalam perekonomian yang bersaing sekarang ini, mati-hidupnya sebuah usaha dan perkembangannya di masa yang akan datang, sangat tergantung kepada besarnya pasar, begitu juga dengan usaha kerajinan batik di Kabupaten Tulungagung. Oleh karena itu, usaha kerajinan batik harus dapat

meningkatkan dan mengembangkan pasar yang ada, serta menemukan pasar yang baru.

Untuk itu, identifikasi kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman sangat penting. Sehingga diharapkan para perajin batik dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada dan tidak lagi meremehkan terhadap ancaman-ancaman yang timbul.

Hambatan yang dihadapi Perajin Batik Tulungagmg

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh perajin batik di Kabupaten Tulungagung adalah masih terbatasnya peralatan, terbatasnya kemampuan sumberdaya manusia yang dimiliki oleh perajin batik dikabupaten Tulungagung dan kurang bersaing dalam pemasaran produk batik. Permasalahan tersebut sangat berpengaruh signifikan terhadap hasil dari produk batik. Hal lain yang menjadi kendala yaitu masalah permodalan. Oleh karena Pemerintah yang dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung selaku pembina industri batik perlu untuk mencari solusi yang terbaik bagi perajin batik yang ada di Kabupaten Tulungagung.

Permasalahan yang dihadapi perajin batik kabupaten Tulungagung

Drai permasalahan yang telah diuraikan diatas dapat ditarik beberapa permasalahan yang dihadapi oleh perajin batik Tulungagung adalah sebagai berikut :

- SDM kurang berinovasi sesuai kemajuan jaman
- Kurangnya daya tawar
- Kurang modal
- Perputaran uang lambat
- Kesulitan kredit
- Peralatan yang tradisonal
- Harga jual tidak sama
- Produksi menurun
- Kesulitan perijinan
- Biaya transportasi yang tinggi
- Kurangnya informasi untuk pemasaran/penguasaan informasi teknologi.

Data – data yang didapatkan dari industri batik yang ada di Kabupaten Tulungagung, menemukan beberapa karakteristik yang hampir seragam terkait dengan pengelolaan manajemen maupun operasional produksi yang dilakukan. Pertama, tidak adanya pembagian tugas yang

kelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan industri kecil dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.

Kedua, rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga-lembaga kredit formal sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.

Ketiga, sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dipunyainya status badan hukum.

Inilah yang menjadi tantangan bagi pengusaha kecil. Pertama, bagi pengusaha kecil dengan omset kurang dari Rp 50 juta umumnya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kelangsungan hidup usahanya. Bagi mereka, umumnya asal dapat berjalan dengan “aman” sudah cukup. Mereka umumnya tidak membutuhkan modal yang besar untuk ekspansi produksi; biasanya modal yang diperlukan sekedar membantu kelancaran cashflow saja. Bisa dipahami bila kredit dari Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Bank Kredit Kecamatan (BKK), TPSP (Tempat Pelayanan Simpan Pinjam-KUD) amat membantu modal kerja mereka.

Kedua, bagi pengusaha kecil dengan omset antara Rp 50 juta hingga Rp 1 milyar, tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks. Umumnya mereka mulai memikirkan ketika akan melakukan ekspansi usaha lebih lanjut.

Dengan melihat kondisi-kondisi di atas, dalam proses memperoleh kredit industri kecil cukup sulit untuk memperolehnya. Dalam dunia perbankan ada istilah *bankable* untuk memperoleh suatu kredit. Artinya secara sederhana, industri tersebut mampu memenuhi persyaratan dari bank. Yaitu:

1. Membuat NPWP.
2. Membuat Surat Keterangan Usaha minimal dari Kelurahan, TDP, SIUP, SITU.
3. Buku catatan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran. Misal, buku penjualan, buku pembelian stok, buku biaya, buku gaji, buku hutang, buku piutang dan buku persediaan.
4. Sediakan beberapa Block File atau Log File untuk mengarsipkan invoice,

tagihan, kwitansi, bukti order, SPK, DO, serta semua kertas atau dokumen yang berhubungan dengan usaha.

5. Buka rekening Bank tabungan atau rekening giro. Tabungan diperlukan bila transaksi hanya selalu tunai dengan jumlah kecil dan selalu transfer. Giro diperlukan bila mobilitas cukup tinggi dengan nilai yang cukup tinggi.
6. Adanya asset. Asset bisa berupa mesin, kendaraan, tanah kapling atau rumah.
7. Bila memungkinkan dan dana mencukupi pengadaan software akuntansi dan gunakan jasa biro akuntansi untuk mengaudit usaha.

Upaya Pemerintah Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Batik di Kabupaten Tulungagung.

Dalam pengembangan industri batik di Kabupaten Tulungagung ada dua yaitu strategi perusahaan dan strategi pemerintah. Artinya dari perusahaan sendiri yang mengetahui permasalahannya sendiri mempunyai strategi tersendiri, sedangkan dari pemerintah yang bertindak sebagai fasilitator bertindak dalam pembinaan, dan pendorong. Apalagi berhubungan dengan peraturan-peraturan yang mempengaruhi dari pengembangan industri batik.

Regulasi pemerintah yang mampu memberikan kemudahan dalam perijinan investasi, pengadaan bahan baku, pengembangan teknologi produksi, promosi, pengembangan pasar, serta penguatan kapasitas permodalan untuk industri batik yang ada di kabupaten Tulungagung diyakini dapat memberikan iklim usaha yang lebih baik, disamping ketersediaan sumber daya manusia yang lebih terampil dan terdidik melalui pelatihan dan pembinaan oleh pemerintah. Upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dari perajin batik yang ada di kabupaten Tulungagung menurut Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung Ir. Supartono pada tanggal 7 Maret 2016 adalah “ Pemerintah setiap tahunnya terus berusaha meningkatkan kualitas sumberdaya manusia perajin batik yaitu dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada perajin batik dengan mendatangkan instruktur-instruktur yang berkompeten di bidang batik. Setiap tahun Dinas

perindustrian selalu memberikan pelatihan-pelatihan secara bergiliran terutama di daerah sentra-sentra industri batik”. Adapun dari perajin batik sendiri seharusnya juga mempunyai strategi sendiri untuk meningkatkan hasil produksinya.

Tipe – Tipe Strategi

1. **Strategi Manajemen:** Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya
2. **Strategi Investasi:** Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi

pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya

3. **Strategi Bisnis:** Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi – fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produk atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi – strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Dalam melaksanakan strategi perusahaan analisa SWOT dipakai dalam menganalisa masalah dengan menyajikan langsung strategi yang dilakukan. Untuk lebih jelas dapat dilihat di tabel berikut ini.

Tabel Analisis Matrik SWOT

Internal Faktor	<i>Strenghts (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
Eksternal Faktor	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk yang sudah diakui • Ketersediaan bahan baku • Differensiasi produk • Harga terjangkau • Terbukanya pasar dalam negeri dan luar negeri • Saluran distribusi • Ketersediaan tenaga kerja 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi produksi konvensional • Promosi hanya dari mulut ke mulut • Kemampuan permodalan
<i>Opportunies (O)</i>	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimalisasi kapasitas • Pengembangan desain • Memperbesar market share dengan meningkatkan promosi dan pemasaran melalui pameran di dalam maupun di luar negeri secara konsisten • Melakukan kemitraan usaha dengan eksportir besar • Membentuk pusat info bisnis dengan sistem <i>e-commerce</i> 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan • Meningkatkan proses produksi yang lebih efisien serta teknologi baru • Membuka outlet-outlet atau showroom di lokasi strategis sebagai ajang promosi produk
<i>Treaths (T)</i>	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perlindungan batik motif khas daerah melalui HaKI • Sosialisasi ISO 9000 • Peningkatan kemampuan SDM di bidang mutu, desain produk dan perdagangan 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan manajemen mutu di tingkat perajin batik • Fasilitasi permodalan (modal industri, modal kerja) • Bantuan kredit ekspor dan asuransi kredit

<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya pemasok Asing 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan segmentasi dan bauran pemasaran yang tepat • Penataan sistem distribusi barang 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyediaan sarana dan prasarana tata niaga
---	---	--

Setelah dilakukan analisis SWOT dan analisis general electric diatas, maka dalam rangka pengembangan strategi ekonomi local untuk meningkatkan daya saing industry batik dikabupaten Tulungagung sebagai berikut:

- Menentukan segmentasi pasar yang akan dituju, berdasarkan atas variabel demografis, geografis, dan perilaku pembeli.
- Menentukan target pasar yang akan dituju, yaitu mereka yang berada di dalam maupun di luar Kabupaten Tulungagung termasuk luar negeri.
- Meningkatkan program pengembangan kemampuan sumber daya manusia (SDM) di bidang mutu dan desain, karena kenyataan bahwa konsumen sangat menyukai ciri-ciri barang tertentu, seperti: mutu yang baik dengan warna, desain, dan motif yang unik.
- Secara terus menerus melakukan riset pasar dan pengembangan untuk memudahkan usaha inovasi produk, sehingga produk yang dijual tidak ketinggalan dari pesaing.
- Menerapkan kebijakan harga yang bersaing dengan harga pesaing.
- Meningkatkan apresiasi, penerapan, dan sosialisasi ISO 9000 serta perlindungan terhadap motif batik khas daerah melalui HaKI.
- Pengadaan program-program promosi dengan tujuan memperkenalkan inovasi produk serta dapat meningkatkan penjualan, seperti: partisipasi pameran di dalam dan luar negeri, membuka outlet-outlet pemasaran di lokasi-lokasi strategis ekspor.
- Membina hubungan yang baik dengan pelanggan dan penyalur sehingga dapat memperluas distribusi ke seluruh negeri.

Perumusan Sasaran Strategis

Dalam perumusan kebijakan ini, kami menyusun berdasarkan strategi teknologi dengan menyesuaikan gabungan

pendekatan dari Stanley & Morse (1965). Selain itu, perumusan kebijakan industri yang diusulkan bagi industri batik didasari dengan 4 perpektif yaitu finansial, konsumen, proses bisnis internal, dan pertumbuhan dan pembelajaran (Wiraatmadja, 2011):

A. Finansial

Dari segi *peningkatan investasi*, dilakukan pengajuan modal pinjaman pada Bank atau ikut serta dalam program pemerintah untuk Pengembangan Industri Kecil Menengah. Peningkatan investasi dilakukan berdasarkan strategi teknologi yang dimiliki industri batik yaitu menambah jumlah peralatan dengan kapasitas dan kualitas hasil yang lebih baik. Usaha lain yang juga dapat dilakukan adalah dengan membuka diri untuk peluang investasi bagi pihak-pihak yang tertarik dengan usaha dan potensi yang dimiliki oleh industri batik dengan melalui prosedur yang semestinya. Dari segi *perbaikan manajemen keuangan* (berdasarkan model pendekatan pengembangan IKM Stanley & Morse, 1965), dilakukan selektivitas yaitu pengaturan dalam pemanfaatan keuntungan atau arus kas yang masuk. Hal ini dilakukan mengingat kendala yang dihadapi oleh industri batik adalah bahwa tidak ada standar yang tetap dalam menentukan harga jual. Variabel yang menjadi tolok ukur bisa jadi tidak berbeda antara satu order dengan order lainnya, namun persentasenya yang berubah-ubah, sehingga range keuntungan yang ditetapkan menjadi tidak tetap sehingga sukar untuk kemudian dibuat perkiraan laporan keuangan saat akan mengajukan kredit atau pinjaman.

- Meningkatkan investasi

Kebijakan ini dirumuskan berdasarkan strategi teknologi yaitu peningkatan teknologi. Guna peningkatan teknologi, diperlukan modal untuk membeli peralatan dengan kapasitas dan kualitas yang lebih baik dimana hal tersebut sudah barang tentu memerlukan modal. Juga diperlukan modal untuk melakukan pelatihan dalam rangka peningkatan kualitas pegawai, baik yang bersifat internal maupun eksternal diluar

perusahaan. Mengingat modal yang selama ini digunakan oleh industri batik merupakan modal pribadi yang diperlukan untuk operasional sehari-hari, maka diperlukan sumber dana baru. Dengan pencitraan yang baik yang selama ini dimiliki, pengajuan modal pinjaman pada Bank atau ikut serta dalam program pemerintah untuk Pengembangan Industri Kecil Menengah, menjadi hal yang *feasible* untuk dilakukan. Usaha lain yang juga dapat dilakukan adalah dengan membuka diri untuk peluang investasi bagi pihak-pihak yang tertarik dengan usaha dan potensi yang dimiliki oleh industri batik tentu saja dengan melalui prosedur yang semestinya.

- **Perbaikan manajemen keuangan**

Salah satu kendala yang dihadapi oleh industri batik adalah bahwa tidak ada standar yang tetap dalam menentukan harga jual. Variabel yang menjadi tolok ukur bisa jadi tidak berbeda antara satu order dengan order lainnya, namun persentasenya yang berubah-ubah, sehingga range keuntungan yang ditetapkan menjadi tidak tetap sehingga sukar untuk kemudian dibuat perkiraan laporan keuangan saat akan mengajukan kredit atau pinjaman.

Dalam salah satu pendekatan pengembangan industri kecil yang diajukan oleh Stanley & Morse yaitu selektivitas, pengaturan dalam pemanfaatan keuntungan atau arus kas yang masuk menjadi sangat krusial, terlebih untuk keberlangsungan perusahaan dan peningkatan modal usaha. Haruslah jelas tujuan yang akan dicapai dan bagaimana untuk mencapainya. Dalam hal ini, industri batik dapat berfokus pada peningkatan kualitas dan kuantitas peralatan serta persiapan bagi SDM yang akan mengoperasikan peralatan tersebut.

B. Konsumen (Customer)

Dalam hal *peningkatan infrastruktur eksternal dan informasi perusahaan* yang dirumuskan berdasarkan strategi teknologi peningkatan pasar, industri batik melakukan pemasangan iklan pada, mengingat promosi yang selama ini dilakukan hanyalah dari mulut ke mulut. Media internet pernah diujicoba sebagai media promosi, namun tidak berkesinambungan dengan penyebab kurangnya akses internet di daerah tempat industri batik berada, sehingga respon menjadi lambat. Dalam hal *adaptasi dengan*

lingkungan eksternal, industri batik perlu melakukan diversifikasi produk *new-line activities* yaitu dengan mengembangkan produk, metoda, dan kegiatan baru. Tujuannya adalah untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam di depan.

- **Adaptasi lingkungan eksternal**

Yang dimaksud dengan adaptasi dengan lingkungan eksternal adalah dengan mengembangkan produk, metoda, dan kegiatan baru (Yurniwati, 2001). Ini disebut juga dengan diversifikasi produk dengan *new line activities*. Dengan memperhatikan pesanan yang pernah masuk pada industri batik, beberapa kali pesanan ditolak dengan kendala tidak bias membuat karena peralatan dan SDM yang kurang memadai untuk mengerjakan pesanan tersebut. Dalam hal tersebut, adalah penting bagi industri batik untuk melakukan adaptasi dengan lingkungan eksternal yaitu sesuai dengan Solusi Pendekatan IKM (Stanley & Morse, 1965). Tujuannya adalah untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam di depan.

Upaya Peningkatan Kualitas Produksi Industri Batik

Dilakukan dua kebijakan yaitu modernisasi produk dan metode produksi; serta adaptasi teknologi. Usaha modernisasi produk dan metode produksi dilakukan dengan dilakukan seiring dengan usaha penetrasi pasar yang dilakukan industri batik. Peningkatan teknologi menjadi harga yang memang harus dibayar guna keberlangsungan perusahaan, yaitu dengan variasi produk dan metode produksi yang lebih baik, dengan tujuan efektifitas dan efisiensi kerja industri batik.

- **Modernisasi produk dan metode produksi**

Kebijakan ini berhubungan langsung dengan penerapan dari seluruh strategi teknologi. Dalam mendukung penetrasi pasar, dan peningkatan teknologi perusahaan juga harus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan memperbaiki metode pengerjaan sebelumnya (Ramelan, 2007). Sebagaimana yang telah disebutkan diatas, bahwa peningkatan teknologi menjadi harga yang memang harus dibayar guna keberlangsungan perusahaan, yaitu dengan variasi produk dan metode produksi yang

lebih baik, dengan tujuan efektifitas dan efisiensi kerja industri konveksi.

- Adaptasi teknologi

Kebijakan ini bersumber dari panduan kebijakan IKM dari Stanley & Morse, yaitu perbaikan adaptasi teknologi agar sesuai dengan kondisi sekarang dan mampu menjawab tantangan persaingan dan pasar (Ramelan, 2007). Perusahaan yang dapat beradaptasi dan mengikuti selera pasarlah yang kemudian dapat bertahan dalam persaingan. Namun untuk mampu mengikuti selera pasar, seringkali diperlukan sarana penunjang yang memakan biaya, bukan hanya ide kreatif.

Sesuai dengan strategi korporasi industri batik tentang *benchmarking* teknologi canggih, teknologi yang dimiliki sekarang masih bisa digunakan untuk kegiatan produksi. Namun seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi untuk proses produksi batik dan tuntutan pelanggan akan spek desain, teknologi yang ada saat ini kurang memadai dimasa 10 tahun mendatang, peremajaan alat produksi perlu dilakukan. Dalam hal ini pemerintah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung telah memberikan bantuan berupa peralatan-peralatan yang bisa membantu dalam proses produksi. Pemberian peralatan dapat mengefisienkan waktu proses serta meningkatkan produktivitas. Meningkatnya produktivitas didukung dengan efisiensi (meminimalkan *waste*), akan meminimasi biaya produksi.

Strategi Pengembangan Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Batik di Kabupaten Tulungagung

Pemerintah fungsinya adalah sebagai pendamping industri batik. Strategi yang dijalankan dengan pendampingan, antara lain :

1. Menumbuhkan iklim usaha yang sehat dan kondusif bagi perkembangan industri batik, SKPD yang terkait dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung, meningkatkan koordinasi lintas pemangku kepentingan pengembangan UKM, dengan upaya demikian akan mempermudah UKM dalam berbagai hal, seperti kemudahan dalam perijinan usaha hingga proses pemasaran hasil produksi. Selain itu sebagai upaya

mengembangkan usaha masyarakat, pemerintah memiliki program kredit lunak yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menambah permodalan. Bisa juga dibentuk koperasi yang berawal dari kelompok-kelompok Akses kepada sumberdaya produktif. Pemerintah Kabupaten Tulungagung bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang terkait, sering melaksanakan sharing, pelatihan dan seminar dengan narasumber yang kompeten di bidangnya sedikitnya tiga kali dalam setahun. Berbagai upaya Pemerintah Kabupaten Tulungagung untuk mengelola sumber daya alam dan sumber daya manusia yang potensial, sebagai penghasil produk batik yang potensial dan bersaing sehingga bisa bersaing dengan produk luar daerah.

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan. Upaya ini ditempuh dengan cara sosialisasi potensi daerah dan peluang untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melalui pelatihan, penyuluhan serta sharing antar pelaku usaha maupun masyarakat yang ingin memulai usaha.
- b. Meningkatkan ketrampilan teknis. Keterampilan teknis meliputi kemampuan pelaku usaha dalam proses produksi secara efektif dan efisien, mencari inovasi baru mengenai model produk yang sedang digemari konsumen saat ini, serta proses promosi dan pemasaran produk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan, penyuluhan, motivasi, dan kreativitas bisnis, dan menciptakan wirausaha baru. Fasilitas lembaga pendidikan dan pelatihan telah dibangun dan akan terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan pelaku usaha, pemerintah daerah hingga saat ini rutin melaksanakan pelatihan dan bimbingan kepada pelaku usaha maupun para pengrajin, dengan mendatangkan para ahli di bidangnya. Penyuluhan sering dilakukan di baki desa maupun tempat

- pertemuan lainnya untuk menghimbau masyarakat agar saling bekerjasama antar pelaku usaha, agar tercipta kondisi yang nyaman.
2. Pengembangan kewirausahaan dan UKM berkeunggulan kompetitif. Diwujudkan melalui peningkatan kontribusi koperasi dan UMKM dalam mendorong perkembangan usaha-usaha produktif, penciptaan lapangan kerja, sumber daya manusia yang terampil dan memiliki pengetahuan yang luas untuk dapat mengolah dan menjadikan produk batik sebagai komoditi unggulan Kabupaten Tulungagung yang akan berdampak pada perbaikan pendapatan masyarakat.
 - a. Keunggulan global akan tercapai bila dilandasi dengan sumberdaya lokal. Melalui pengembangan potensi yang ada diharapkan upaya pemerintah daerah dalam memberdayakan masyarakat khususnya industri batik dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menjadikan produk ini sebagai produk unggulan daerah.
 - b. Pengembangan SDM, dengan penciptaan perajin dan pelaku usaha yang terampil dengan mengikuti berbagai pelatihan mulai dari perolehan bahan baku, proses produksi hingga pemasaran hasil produksi.
 - c. Kelemahan industri batik adalah pada penyediaan bahan baku produk batik yang murah, mudah didapat dan kualitas yang sesuai, dapat menjadi prioritas kebijakan pemerintah untuk memfasilitasi hal ini ataupun bahkan dapat mewujudkan industri batik dasar guna menurunkan ketergantungan pada bahan baku dan bahan penolong impor.

Kesimpulan

1. Permasalahan utama dalam pengembangan daya saing pada industri batik di kabupaten Tulungagung adalah kurangnya pengetahuan sumber daya manusia, peralatan yang masih tradisonal, mutu dan desain yang kurang mampu bersaing di pasar, dan permodalan usaha.
2. Pembinaan Peningkatan mutu, desain dan kapasitas produksi batik, memperluas daerah pemasaran, mencari segmen pasar

baru, promosi dan pameran yang berkelanjutan, memberikan bantuan permodalan lunak dan proses yang mudah sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing industri batik di kabupaten Tulungagung.

3. Perumusan strategi pengembangan usaha batik dengan menumbuhkan iklim usaha yang sehat dan kondusif, peningkatan ketrampilan teknis perajin batik, perinjanaan yang mudah, dan penyediaan bahan baku yang berkualitas dan murah serta pemberian bantuan permodalan.

Rekomendasi

- a) Perajin harus dapat membuat produk-produk yang selalu *up to date* dan sesuai dengan pasar, karena harus diingat bahwa karakteristik produknya adalah produk *fashion* dengan *lifetime* yang pendek.
- b) Perajin harus aktif mengawasi pasar sebagai upaya pengembangan ekonomi lokal untuk meningkat daya saing industri batik bagi produk-produknya dengan lebih banyak menjalankan fungsi dari kegiatan pengembangan ekonomi lokal untuk meningkat daya saing industri batik . Selain itu perajin harus mempunyai peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antara perajin dan penyalur dengan memperhitungkan semua sumber kekuatan dari kedua belah pihak baik yang bersifat daya tarik (*coervive*) maupun yang bersifat daya tolak (*non coervive*).
- c) Instansi Pemerintah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan instansi yang terkait, perlu mengupayakan pembinaan, pelatihan sumberdaya manusia, penggunaan teknolgi informasi, menjaga terciptanya iklim perdagangan yang kondusif antara lain dengan penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak bagi industri kecil, serta perlu meningkatkan penyuluhan dan sosialisasi ISO 9000 dan HaKI, promosi produk dan perlindungan terhadap produk lokal dengan bangga memakai produk sendiri dalam rangka upaya pengembangan produk terhadap komoditas unggulan daerah. Perubahan yang disarankan dalam strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing industri

batik yang harus dimulai oleh perajin batik dalam upaya untuk menciptakan pasar nasional maupun internasional, tentu saja membutuhkan pengertian, bantuan secara aktif, dan kerjasama dari pemerintah daerah. Karena pada hakekatnya pengembangan usaha kerajinan batik merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dengan masyarakat.

Daftar Pustaka

- BPS, Badan Pusat Statistik Tulungagung. *Tulungagung Dalam Angka 2015*. Buku. 2015. Tulungagung
- BPS, Badan Pusat Statistik Tulungagung. *Tulungagung Dalam Angka 2016*. Buku. 2016. Tulungagung
- BPS, Badan Pusat Statistik Tulungagung. *Statistik Daerah Kabupaten Tulungagung 2016*. Buku. 2016. Tulungagung
- Grant, Robert M., 2013, *Analisis Strategi Kontemporer: Konsep, Teknik dan Aplikasi Edisi Kedua*, Jakarta, Erlangga.
- Jeyaraj, K.L., Muralidharan, C., Shentilvelan, T., Deshmukh, S.G., 2012, "Application of SWOT and Principal Component Analysis in a Textile Company - A Case Study", *Journal of Engineering Research and Development*, Volume 1, Issue 9, PP.46-54.
- Kalpande, S.D., Gupta, R.C., Dandekar, M.D., 2010, "A SWOT Analysis of Small and Medium Scale Enterprises Implementing Total Quality Management", *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, Volume 1, No. 1, pp. 59-64.
- Kitley, Philip Thomas, 2015, *Batik dan Kebudayaan Populer*, Jakarta, LP3ES.
- Kotler dan Armstrong, (2014), *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Mulyadi, R, 2012, "Analisis Eksplanatori Faktor Daya Saing Industri Kecil (Studi pada Sentra Industri kecil Batik di Kota Jambi)", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.14, No.2, September 2012, hal. 89-99.
- Nahiyah, Jaidi Faraz, 2012, "Evaluation on the Empowerment Program for Female Batik Producers", *International Journal of Humanities and Applied Sciences (IJHAS)* Vol. 1, No. 1.
- Novandari, M, 2013, "Pemetaan dan Analisis Kompetensi Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan Value Chain", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, Nomor 01, Maret 2013.
- Nugroho, Tricahyo, 2011, "Analisis Klaster Industri Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Batik di Surakarta (Studi Kasus di Kampung Batik Laweyan dan Kampung Batik Kauman)", *Tesis*, Universitas Diponegoro.
- Oetomo, Hening Widi dan Ardini, Lilis, 2012, "SWOT Analysis In Strategic Management: A Case Study At Purabaya Bus Station", *Journal of 85 Economics, Business, and Accountancy Ventura* Volume 15, No. 2, August 2012, pages 171 – 186 Accreditation No. 110/DIKTI/Kep/2009
- Pemerintah Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 03 tahun 2014 tentang Perindustrian*, Jakarta.
- Pemerintah Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 07 tahun 2014 tentang Perdagangan*, Jakarta.
- Piter, Abdullah, 2012, *Daya Saing Daerah dan Konsep Pengukurannya di Indonesia*, Yogyakarta, BPFEE.
- PPKDT-PKT, 2012, *Panduan Pembangunan Kawasan Teknopolitan*, Pusat Pengkajian Kebijakan Difusi Teknologi-PKT, BPPT, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2013, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L., 2014, *Consumer Behavior, 8th Ed.*, Prentice-Hall, New Jersey.
- Siagian, Sondang P., 2014, *Manajemen Strategik*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Soebagyo, Daryono, 2015, "Analisis Kompetensi Produk Unggulan

Daerah Pada Batik Cap dan Batik Tulis Solo di DATI II Kota Surakarta”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9, No. 2, hal. 184 - 197

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.

Ghalib Agfa Polnaya, Darmanto. 2015. *Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati Jawa Tengah*, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Vol 22 No 1, hal. 1-10