

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor internal sangat diperlukan dalam menentukan pembuatan strategi yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini identifikasi faktor internal didasarkan pada kondisi UMKM Batik yang berada di Wijirejo, guna untuk mengetahui segala permasalahan yang ada didalam lingkungan *intern* organisasi. Adapun masalah-masalah tersebut dapat dikelompokkan kedalam kelompok kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) UMKMBatik di Wijirejo. Berikut adalah hasil identifikasi faktor internal yang didapat saat peneliti melakukan observasi langsung dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait:

1. *Strength* (Kekuatan)

a. Variasi motif batik banyak

Sentra UMKM Batik di Wijirejo memproduksi berbagai jenis batik yaitu dari batik cap, batik kombinasi, batik tulis hingga batik sutra. UMKM Batik yang berada di Wijirejo juga mempunyai variasi motif batik yang cukup banyak. Seperti sogan, semi tulis, tulis, kelengan, bola-bola, warna, gradasi, abstrak, dll. Tidak hanya menyediakan beragam kain batik yang cantik, namun di Wijirejo ini juga menyediakan kain batik sarimbitan, pakaian batik dari kemeja, rok, bawahan, daster, celana, dll. Juga menerima pesanan sesuai dengan selera pembeli.

b. Menggunakan bahan baku yang berkualitas

Sentra UMKM Batik yang berada di Wijirejo ini menggunakan bahan baku yang berkualitas. Kain mori yang digunakan dalam pembuatan batik ini yaitu kain mori yang kualitasnya bagus, kain mori adalah kain tenun benang kapas yang dihasilkan olahan pabrik dengan anyaman polos dan diputihkan. Kain mori mempunyai ketebalan, kehalusan, dan juga kerapatan kain yang pas digunakan untuk proses pembuatan batik.

Kain yang digunakan untuk proses pembuatan batik harus memenuhi persyaratan teknis yaitu antara lain tidak rusak karena pengaruh proses membatik. Sehingga kain batik tersebut bisa bertahan lama dan tidak cepat rusak atau mengalami kepodaran pada warna batik tersebut. Maka Sentra UMKM Batik di Wijirejo ini menggunakan kain yang berkualitas sehingga akan menghasilkan produk yang memuaskan.

c. Adanya ciri khas batik di Wijirejo

UMKM Batik di Wijirejo mempunyai ciri khas sendiri yaitu batik bantulan, atau biasa disebut dengan jenis batiksogan yaitu yang berwarna coklat yang menjadi salah satu keunggulan Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Batik bantulan lebih dikenal dengan batik petani atau batik rakyat. Karena para pembatik memodifikasi pola keraton dengan ekspresi yang didasarkan pada kehidupan sehari-hari. Dan mempunyai motif sendiri yaitu motif ceplok kembang kates. Motif ini menggunakan ide dasar komponen tanaman papaya atau kates.

Motif utama yang ada pada ceplok kembang kates ini adalah biji dan bunga papaya, dengan motif tambahan yaitu putik, isen-isen, cecek, dan sawut. Ada tiga jenis warna pada motif ini, yaitu merah, biru, dan hijau. Makna simbolik dari motif ceplok kembang kates sendiri yaitu sebagai simbol semangat mempertahankan pengabdian kepada bangsa, Negara, dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Bantul.

d. Sumber Daya Manusia yang terampil

Sumber daya manusia berperan sangat penting dalam proses produksi dan sangat menentukan pertumbuhan perusahaan. Secara umum tenaga kerja industri batik di Wijirejo berasal dari sekitar lokasi industri yang telah mempunyai dasar keterampilan dan pengetahuan mengenai proses membatik. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan tenaga kerja yang terampil tersebut menjadikan kekuatan bagi pemilik industri batik di Wijirejo dalam pengembangan usahanya tersebut. Jumlah tenaga kerja yang digunakan sampai saat ini yaitu sekitar 13-20 orang yang mayoritas pengrajinnya yaitu perempuan yang sudah menikah bahkan sudah mempunyai anak.

2. *Weakness* (Kelemahan)

a. Laporan keuangan yang masih manual

Sentra UMKM Batik di Wijirejo belum menggunakan pembukuan dalam mendirikan usahanya. Para pengusaha batik di Wijirejo hanya menggunakan laporan keuangan biasa yang diperoleh dari hasil

penjualan, namun masih menggunakan laporan yang manual belum menggunakan teknologi baru seperti komputer. Terkait dengan hal tersebut maka dapat dijadikan sebagai kelemahan bagi industri kecil batik yang berada di Wijirejo dalam rangka pengembangan usahanya, karena laporan keuangan berperan sangat penting dalam rangka peningkatan pengelolaan dan pengalokasian keuangan secara baik dan rinci.

b. Promosi yang masih kurang

Promosi yang dilakukan pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo ini masih kurang, belum banyak pengusaha Batik di Wijirejo yang menawarkan produknya melalui media massa dan online, seperti menawarkan produk melalui Instagram, WhatsApp, Facebook, Radio, Koran, dll. Masih banyak pengusaha batik yang masih jarang mengikuti bazaar atau pameran, sehingga menyebabkan masyarakat kurang mengenal produk batik yang dihasilkan oleh para pengusaha batik di Wijirejo.

c. Modal yang masih terbatas

Sumber modal yang diperoleh pengusaha batik di Wijirejo sebagian menggunakan modal pribadi, namun karena keterbatasan modal yang dimiliki banyak pengusaha melakukan peminjaman dana ke bank untuk tambahan modalnya.

d. Waktu Produksi yang kurang maksimal

Dalam proses pembuatan produksi batik membutuhkan waktu yang cukup lama, hal ini dikarenakan proses pembuatan batik tulis membutuhkan waktu 1 hingga 6 bulan untuk menjadi kain batik yang siap untuk dijual. Proses pembuatan batik ini membutuhkan waktu yang cukup lama karena disebabkan oleh rumitnya proses pembuatan batik dengan menggambar pola terlebih dahulu yang kemudian di canting menggunakan malam pada lembar kain mori yang akan dijadikan sebagai kain batik. Sehingga akan menghasilkan kain batik tulis yang mempunyai kualitas yang sangat baik.

Selain itu, jika dalam proses pengerjaan mencanting menggunakan malam pada kain batik terjadi kesalahan lembar tersebut, maka malam tersebut sulit untuk dihilangkan. Sehingga pengrajin batik diharuskan untuk mengganti dengan kain batik yang baru dan membuat pola dari awal lagi dan membutuhkan waktu pengerjaan yang cukup lama.

B. Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi faktor eksternal merupakan hal yang tidak dapat dihilangkan karena lingkungan eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar yang keberadaannya sangat berpengaruh. Baik secara langsung maupun tidak langsung, yang terdapat pada suatu organisasi atau perusahaan. Identifikasi faktor eksternal dapat dikelompokkan kedalam kelompok peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

Berikut adalah hasil identifikasi faktor eksternal yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait :

1. *Opportunities* (Peluang)

a. Adanya kemajuan teknologi pemasaran

Dengan adanya kemajuan teknologi informasi, maka industri-industri batik akan semakin berkembang. Kemajuan teknologi informasi sudah dapat dirasakan di berbagai kalangan masyarakat, berbagai kemudahan mengoperasikan teknologi akan mempermudah pula masyarakat mengetahui apa itu Batik. Pemasaran Batik juga akan semakin meningkat melalui berbagai teknologi masa kini seperti internet yang sekarang digunakan sebagai alat untuk memasarkan suatu produk agar dikenal oleh kebanyakan orang hingga ke mancaNegara. Maka dari itu mudah untuk meningkatkan pendapatan produksi Batik tersebut.

b. Permintaan batik yang meningkat

Ada beberapa faktor yang menyebabkan permintaan batik meningkat. Yang pertama, dengan munculnya berbagai macam variasi model batik yang sudah banyak diminati oleh anak muda. Yang kedua, adanya peraturan sekolah yang mewajibkan muridnya menggunakan batik, sehingga permintaan batik akan semakin meningkat di waktu tertentu. Yang ketiga, banyaknya turis-turis mancanegara yang berdatangan untuk membeli kain batik sebagai oleh-oleh untuk dibawa ke Negara asalnya.

Yang keempat, adanya penetapan hari batik Nasional yang diwajibkan menggunakan pakaian batik. Dan yang kelima yaitu di Provinsi khususnya para instansi sudah adanya peraturan setiap hari Kamis menggunakan batik gagrak jogja, sedangkan motif gagrak jogja itu sendiri kebanyakan yang memproduksi di daerah Wijirejo. Sehingga itu akan menambah *income* khususnya di daerah Wijirejo.

c. Bahan baku yang mudah diperoleh

Bahan baku yang digunakan dalam proses membatik sangat mudah diperoleh. Banyak penjual bahan baku batik tersebar di Yogyakarta, sehingga para pengusaha batik tidak harus pergi jauh untuk mendapatkan bahan baku tersebut. Bahkan sudah banyak industri batik di Wijirejo yang menggunakan jasa kurir untuk mengantarkan pesanan bahan baku tersebut sampai rumah.

d. Terdapat dukungan dari pemerintah

Sentra UMKM Batik di Wijirejo sudah mendapat dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bantul melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul berupa pelatihan atau sosialisasi mengenai proses membatik, cara pemasaran, penanganan limbah yang sangat penting karena air dari limbah batik yang sangat sulit meresap seperti air biasa. Karena sudah tercampur dengan obat-obatan serta lilin yang digunakan untuk proses membatik.

2. *Threat* (Ancaman)

a. Persaingan yang semakin kuat

Adanya persaingan yang kurang sehat yang timbul karena semakin banyaknya industri batik yang berdiri, sehingga terdapat persaingan harga, persaingan kualitas, persaingan motif, dll.

b. Harga bahan baku yang semakin mahal

Harga bahan baku dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan harga, sehingga akan mempengaruhi harga kain batik tersebut.

c. Munculnya motif khas dari luar

Belum adanya hak paten untuk motif yang berada di Wijirejo, sehingga bisa menjadi ancaman tersendiri dari para pengrajin batik yang bisa sangat berpengaruh. Maka dikhawatirkan motif batik luar dapat dengan mudah masuk di Wilayah Wijirejo ini dengan menggunakan hak patennya.

d. Minat generasi muda yang rendah

Minimnya generasi muda dalam membatik menjadi salah satu ancaman bagi industri batik di Wijirejo, kebanyakan yang masih mau membatik yaitu perempuan yang sudah menikah atau punya anak. Hal ini disebabkan sebagian generasi muda yang lebih memilih merantau untuk bekerja di luar yang upahnya lebih besar. Karena dalam proses membatik ini juga membutuhkan ketelitian dan keuletan.

Dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo diatas, maka perlu diberikan rating untuk mempermudah analisis strategi. Rating akan diberikan oleh peserta FGD sebagai penilaian terhadap faktor internal dan eksternal yang dihadapi pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Pada penelitian ini skala yang digunakan peneliti adalah 1 sampai 4 yaitu untuk faktor yang positif yaitu *Strength* dan *Opportunities*. Skala yang bersifat positif yaitu untuk skala 1 yang berarti rendah, sampai skala 4 yang berarti sangat tinggi. Sedangkan untuk faktor yang negatif yaitu *Weakness* dan *Threat* dengan skala yang digunakan yaitu bersifat negatif. Yaitu untuk skala 1 yang berarti sangat tinggi, sampai dengan skala 4 yang berarti rendah.

Skor tertinggi (X_t) : 4

Skor terendah (X_r) : 1

Rumus Tentang : $R = X_t - X_r$

$$R = 4 - 1$$

$$R = 3$$

Panjang interval kelas: $P = \frac{R}{X_t}$

$$P = \frac{3}{4}$$

$$P = 0,75$$

Dari rumus diatas, maka dapat disimpulkan bahwa panjang kelas 0,75 dan rating terendah 1. Maka kriteria interval yang dapat digunakan dalam penelitian FGD adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1
Kriteria Interval Faktor Internal dan Eksternal

No.	Interval	<i>Strenght - Opportunities</i>	<i>Weakness – Threat</i>
1.	3,26 - 4,00	Sangat Tinggi (ST)	Sangat Rendah (SR)
2.	2,51 - 3,25	Tinggi (T)	Rendah (R)
3.	1,76 - 2,50	Rendah (R)	Tinggi (T)
4.	1,00 - 1,75	Sangat Rendah (SR)	Sangat Tinggi (ST)

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil observasi dari peneliti, maka diperoleh faktor internal dan eksternal yang dapat digunakan dalam menentukan strategi UMKM Batik di Wijirejo. Faktor internal tersebut berupa *Strenght* dan *Weakness*, sedangkan faktor eksternal berupa *Opportunities* dan *Threat*.

Setelah mengetahui apa saja faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, maka selanjutnya faktor-faktor tersebut akan diberi nilai pada responden yaitu peserta FGD yang sesuai dengan keadaan di Sentra UMKM Batik di Wijirejo serta sesuai dengan pendapat peserta FGD itu sendiri. Dari hasil penelitian yang didapat, maka langkah selanjutnya yaitu dianalisis sebagai berikut :

1) *Strenght* (Kekuatan)

Tabel 5.2
Perhitungan *Strenght* dari Hasil FGD

NO	KEKUATAN	PESERTA							Mean	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Variasi motif batik banyak	4	3	4	4	3	4	4	3.71	ST
2	Bahan Baku yang berkualitas	3	4	3	4	4	3	3	3.43	ST
3	Mempunyai ciri khas khusus	3	3	4	3	3	3	3	3.14	T
4	SDM yang terampil	4	3	3	4	3	3	3	3.29	ST
RATA-RATA KEKUATAN									3.39	ST

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil analisis diatas maka diperoleh rata-rata kekuatan Sentra UMKM Batik di Wijirejo yaitu 3,39. Angka tersebut didapat dari 4 faktor kekuatan yang terdapat pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Angka yang terdapat pada rata-rata kekuatan tersebut sebesar 3,39 yang memenuhi kriteria sangat tinggi. Yaitu artinya kekuatan yang dimiliki UMKM Batik di Wijirejo sangat besar, sehingga dapat dijadikan sebagai senjata dalam rangka mengembangkan industri batik. Dari keempat faktor kekuatan internal yang dimiliki, variasi motif batik yang banyak merupakan faktor yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,71.

Posisi pada faktor kekuatan tertinggi yang kedua yaitu bahan baku yang berkualitas yaitu sebesar 3,43 dengan kriteria sangat tinggi. Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas maka batik yang di produksi akan semakin terjaga keawetannya, juga nyaman untuk digunakan. Selanjutnya faktor kekuatan terendah yaitu mempunyai ciri khas khusus sebesar 3,14 namun masih berada pada kriteria tinggi.

2) *Weakness* (Kelemahan)

Tabel 5.3
Perhitungan *Weakness* dari hasil FGD

NO	Kelemahan	PESERTA							Mean	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Pembukuan masih manual	1	1	1	1	1	1	2	1.14	ST
2	Promosi yang masih kurang	1	1	2	2	2	1	1	1.43	ST
3	Modal yang masih terbatas	2	2	1	1	2	2	1	1.57	ST
4	Waktu produksi yang kurang	1	1	2	1	2	1	2	1.43	ST
RATA-RATA KELEMAHAN									1.39	ST

Sumber :Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil analisis yang diperoleh dari peserta FGD, perhitungan rata-rata kelemahan pada tabel 5.3 yang didapat dari 4 faktor kelemahan yang ada pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo yaitu sebesar 1,39 yang berada pada kriteria sangat tinggi. Faktor kelemahan tertinggi yaitu pada modal yang masih terbatas sebesar 1,57. Selanjutnya faktor kelemahan tertinggi kedua yaitu terletak pada promosi yang masih kurang dan waktu produksi yang masih kurang atau belum maksimal yang mempunyai rata-rata kelemahan yang sama yaitu sebesar 1,43.

Faktor kelemahan terendah yaitu terdapat pada pembukuan masih manual yaitu sebesar 1,14 namun masih dalam kriteria sangat tinggi. Sentra UMKM Batik di Wijirejo masih menggunakan pembukuan manual, belum menggunakan teknologi baru seperti komputer. Dalam rangka pengembangan strategi maka diperlukannya pembukuan yang rinci dan jelas, karena pembukuan sangat berperan penting dalam pengembangan industri.

3) *Opportunities* (Peluang)

Tabel 5.4
Perhitungan *Opportunities* dari hasil FGD

NO	Peluang	PESERTA							Mean	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Adanya kemajuan teknologi	3	4	3	3	3	4	3	3.29	T
2	Permintaan batik meningkat	3	3	4	3	3	3	3	3.14	T
3	Bahan baku mudah diperoleh	4	4	3	3	4	4	3	3.57	ST
4	Dukungan dari pemerintah	3	3	3	4	3	3	3	3.14	T
RATA-RATA PELUANG									3.29	T

Sumber :*Hasil Olah Data Peneliti*

Peluang yang dimiliki Sentra UMKM Batik di Wijirejo mempunyai rata-rata sebesar 3,29 yang termasuk kriteria tinggi. Peluang ini dimanfaatkan untuk pengembangan strategi industri batik. Peluang yang tertinggi yaitu terdapat pada

bahan baku yang mudah untuk diperoleh, dengan mudahnya memperoleh bahan baku tersebut, maka para pengusaha tidak harus memikirkan dimana memperoleh bahan baku tersebut. Karena di daerah Yogyakarta sendiri sudah banyak yang menyediakan bahan baku untuk membuat batik tersebut, tidak harus pergi jauh untuk mendapatkan bahan baku tersebut. Maka itu menjadi salah satu peluang yang sangat menguntungkan.

Selanjutnya yang mempunyai rata-rata peluang terendah yaitu permintaan batik yang semakin meningkat dan adanya dukungan dari pemerintah, yaitu mempunyai rata-rata sebesar 3,14 yang masih termasuk dalam kriteria tinggi. Dengan adanya peraturan dari pemerintah yang mewajibkan para instansi untuk memakai pakaian batik, maka permintaan batik menjadi sangat berpengaruh baik yaitu semakin meningkat.

Terdapat dukungan dari pemerintah yaitu berupa pelatihan dan bantuan peralatan untuk produksi batik yang bertujuan untuk memajukan IKM Batik di Wijirejo. Namun pelatihan dan bantuan peralatan produksi tersebut dari IKM harus mengajukan proposal terlebih dahulu dan untuk bantuan alat sampai pada Tahun 2014 akhir tidak memakai badan hukum dan mulai pada Tahun 2015 sampai sekarang diajukan IKM yang berbadan hukum. Kemudian peraturan turunnya bantuan alat yaitu 3 tahun setelah berbadan hukum, dinas-dinas juga memberikan suatu event atau pameran untuk memamerkan berbagai macam batik yang diselenggarakan di daerah lokal sendiri, di luar daerah, bahkan sampai di luar negeri. (Disperindagkop, 2018).

4) *Threat* (Ancaman)

Tabel 5.5
Perhitungan *Threat* dari Hasil FGD

NO	Ancaman	PESERTA							Mean	Ket
		1	2	3	4	5	6	7		
1	Persaingan semakin kuat	2	1	2	2	1	2	2	1.71	ST
2	Bahan baku semakin mahal	1	1	1	1	1	1	2	1.14	ST
3	Munculnya motif khas luar	2	1	2	1	2	2	1	1.57	ST
4	Minat generasi muda rendah	1	1	1	2	2	1	1	1.29	ST
RATA-RATA ANCAMAN									1.43	ST

Sumber :Hasil Olah Data Peneliti

Sentra UMKM Batik di Wijirejo menghadapi ancaman sebesar 1,43 yaitu dengan kriteria sangat tinggi. Ancaman-ancaman yang dihadapi Sentra UMKM Batik di Wijirejo tersebut perlu diatasi, untuk memajukan perkembangan IKM Batik di Wijirejo. Ancaman tertinggi yaitu terdapat pada persaingan yang semakin kuat yaitu sebesar 1,71 sebagai contoh semakin kuatnya persaingan dari segi harga, kualitas, bahkan dari segi motif.

Faktor ancaman tertinggi yang kedua yaitu munculnya motif khas dari luar sebesar 1,57 yang termasuk ancaman yang sangat perlu diatasi. Munculnya motif khas dari luar sangat mempengaruhi keberadaan Sentra UMKM Batik di Wijirejo, sebagai contoh masuknya batik khas pekalongan yang masuk ke Wijirejo dengan mengandalkan kualitasnya. Karena batik pekalongan memproduksi batiknya sudah menggunakan alat yang modern, sedangkan Sentra UMKM Batik di Wijirejo sendiri masih menggunakan alat tradisional.

Selanjutnya faktor ancaman yang ketiga sebesar 1,29 yang termasuk ke dalam kriteria sangat tinggi yaitu minat generasi muda yang masih rendah. Hal ini disebabkan kurangnya minat anak muda yang mau bekerja sebagai pengrajin batik, mereka lebih memilih merantau bekerja di pabrik luar daerah yang upahnya lebih besar.

C. Analisis IFAS dan EFAS

Sebelum menentukan Analisis SWOT untuk menghasilkan strategi yang digunakan Sentra UMKM Batik di Wijirejo, maka langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu dengan cara mengolah faktor-faktor internal dan eksternal yang telah terkumpul kemudian diberi bobot dan rating pada setiap faktor strategis. Adapun analisis tersebut meliputi Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

1. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Tabel 5.6
Analisis IFAS

No	Faktor - Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
Strength (Kekuatan)				
1	Variasi motif batik banyak	0.1940	4	0.7760
2	Bahan Baku yang berkualitas	0.1791	3	0.5373
3	Mempunyai ciri khas khusus	0.1642	3	0.4926
4	SDM yang terampil	0.1716	3	0.5148
Total Kekuatan		0.7089		2.3207
Weakness (Kelemahan)				
1	Pembukuan masih manual	0.0597	1	0.0597
2	Promosi yang masih kurang	0.0746	1	0.0746
3	Modal yang masih terbatas	0.0821	2	0.1642
4	Waktu produksi yang kurang	0.0746	1	0.0746
Total Kelemahan		0.2910		0.3731
Total Faktor Internal		10000		2.6938

Sumber :*Hasil Olah Data Peneliti*

Berdasarkan hasil analisis IFAS yang terdapat pada tabel 5.6 diatas, diperoleh hasil skor kekuatan sebesar 2,3207 sedangkan hasil skor kelemahan sebesar 0,3731. Sehingga total skor yang diperoleh pada faktor internal tersebut sebesar 2,6938. Dari kedua faktor tersebut, yaitu faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Skor yang lebih tinggi terdapat pada faktor kekuatan, sehingga Sentra UMKM Batik di Wijirejo mampu mengatasi kelemahan dengan adanya kekuatan yang sangat menguntungkan.

2. Matrik EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Tabel 5.7
Analisis EFAS

No	Faktor - Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
<i>Opportunities (Peluang)</i>				
1	Adanya kemajuan teknologi	0.1742	3	0.5226
2	Permintaan batik meningkat	0.1667	3	0.5001
3	Bahan baku mudah diperoleh	0.1894	4	0.7576
4	Dukungan dari pemerintah	0.1667	3	0.5001
Total Peluang		0.6970		2.2804
<i>Threat (Ancaman)</i>				
1	Persaingan semakin kuat	0.0909	2	0.1818
2	Bahan baku semakin mahal	0.0606	1	0.0606
3	Munculnya motif khas luar	0.0833	2	0.1667
4	Minat generasi muda rendah	0.0682	1	0.0682
Total Ancaman		0.3030		0.4773
Total Faktor Eksternal		1.0000		2.7577

Sumber :*Hasil Olah Data Peneliti*

Berdasarkan hasil analisis EFAS yang terdapat pada tabel 5.7 diatas, diperoleh hasil skor peluang sebesar 2,2804 sedangkan hasil skor ancaman sebesar 0,4773. Sehingga total skor yang diperoleh pada faktor eksternal sebesar 2,7577. Dari kedua faktor eksternal tersebut, skor peluang lebih tinggi dari ancamannya. Sehingga Sentra UMKM Batik di Wijirejo mempunyai peluang yang lebih tinggi dibandingkan dengan ancamannya.

D. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari pemberian bobot dan rating pada faktor internal dan eksternal, maka diperoleh hasil akhir sebagai berikut:

Tabel 5.8
Rekapitulasi Perolehan IFAS dan EFAS

No.	URAIAN	TOTAL NILAI
1.	Faktor Internal	
	a. <i>Strenghts</i>	2.3207
	b. <i>Weakness</i>	0.3731
2.	Faktor Eksternal	
	a. <i>Opportunities</i>	2.2804
	b. <i>Threat</i>	0.4773

Sumber :*Hasil Olah Data Peneliti*

Dari tabel 5.8 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perolehan skor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya. Begitu juga dengan perolehan skor peluang lebih besar daripada perolehan skor ancaman.

E. Diagram SWOT

1. Koordinat SWOT

Dari hasil analisis IFAS dan EFAS yang akan digunakan untuk menentukan posisi UMKM Batik di Wijirejo. Selanjutnya, hasil IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan koordinat SWOT sebagai berikut:

a. Koordinat Analisis Internal

Koordinat : Skor Kekuatan – Skor Kelemahan

: 2.3207 - 0.3731

: 1.9476

b. Koordinat Analisis Eksternal

Koordinat : Skor Peluang – Skor Ancaman

: 2.2804 - 0.4773

: 1.8031

Sehingga titik koordinat yang digunakan dalam diagram SWOT terletak pada titik 1.9476 dan 1.8031.



Sumber : Rangkuti, 2016

Gambar 5.1
Diagram SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT pada gambar 5.1 diatas menunjukkan bahwa titik koordinat terletak pada { 1.9476 , 1.8031 } yang terletak pada kuadran I. Dimana kuadran I menempati posisi yang sangat menguntungkan bagi Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Dalam posisi ini strategi yang dilakukan yaitu strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*) dimana UMKM Batik di Wijirejo dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

F. Matrik SWOT

Strategi yang tepat digunakan untuk Sentra UMKM Batik di Wijirejo adalah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*). Untuk dapat mengetahui strategi apa saja yang dapat dilakukan, maka perlu dianalisis menggunakan Matrik SWOT. Sehingga strategi yang dihasilkan akan sesuai dengan kondisi UMKM Batik di Wijirejo.

EFAS	IFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
		<ul style="list-style-type: none"> • Variasi motif batik banyak • Bahan Baku yang berkualitas • Mempunyai ciri khas khusus • SDM yang terampil 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukuan masih manual • Promosi yang masih kurang • Modal yang masih terbatas • Waktu produksi yang kurang
	<i>Opportunities (O)</i>	Strategi S-O	Strategi W-O
	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya kemajuan teknologi pemasaran • Permintaan batik meningkat • Bahan baku mudah diperoleh • Dukungan dari pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> • Dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran maka variasi motif batik di Wijirejo akan semakin di ketahui oleh kalangan masyarakat • Mempertahankan penggunaan bahan baku batik yang berkualitas akan membuat konsumen puas terhadap hasil batik tersebut, sehingga mampu meningkatkan permintaan batik di daerah 	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi yang masih kurang dapat diatasi dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran • Promosi dan modal yang masih terbatas dapat diatasi dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah seperti adanya pelatihan dan diadakannya <i>event</i> • Dengan keterbatasan modal pun

	<p>Wijirejo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan dukungan dari pemerintah berupa pelatihan maupun event yang sering diadakan akan menciptakan SDM yang terampil dan siap bersaing dengan sentra industri batik daerah lain 	<p>pemenuhan permintaan batik yang meningkat masih dapat diatasi karena bahan baku yang mudah didapatkan</p>
<i>Threats (T)</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan semakin kuat • Bahan baku semakin mahal • Munculnya motif khas luar • Minat generasi muda rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Dengan SDM yang terampil maka akan meningkatkan minat generasi muda untuk belajar membatik • Menjaga ciri khas yang dimiliki untuk dapat mengatasi munculnya motif khas dari luar • Persaingan kuat dapat diatasi dengan adanya ciri khas 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan promosi yang masih kurang guna menangkal munculnya motif khas dari luar • Waktu produksi yang kurang maksimal akan dapat menanggulangi persaingan yang semakin kuat

--	--	--

Sumber : Hasil olah data penelitian

Dari hasil analisis menggunakan Matrik SWOT diatas, maka dihasilkan empat alternative sebagai berikut:

1) Strategi S-O

Strategi *Strength-Opportunitites* yaitu strategi yang digunakan untuk memanfaatkan peluang industri yang ada dengan cara memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Maka strategi yang dapat digunakan oleh Sentra UMKM Batik di Wijirejo adalah sebagai berikut:

- a. Dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran maka variasi motif batik di Wijirejo akan semakin di ketahui oleh kalangan masyarakat
- b. Mempertahankan penggunaan bahan baku batik yang berkualitas akan membuat konsumen puas terhadap hasil batik tersebut, sehingga mampu meningkatkan permintaan batik di daerah Wijirejo
- c. Memanfaatkan dukungan dari pemerintah berupa pelatihan maupun event yang sering diadakan akan menciptakan SDM yang terampil dan siap bersaing dengan sentra industri batik daerah lain

2) Strategi W-O

Strategi *Weakness-Opportunities* yaitu strategi yang dapat ditujukan untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan internal yang dimiliki Sentra UMKM Batik di Wijirejo agar dapat memanfaatkan peluang yang ada. Sesuai dengan analisis diatas, maka strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Promosi yang masih kurang dapat diatasi dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran
- b. Promosi dan modal yang masih terbatas dapat diatasi dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah seperti adanya pelatihan dan diadakannya *event*
- c. Dengan keterbatasan modal pun pemenuhan permintaan batik yang meningkat masih dapat diatasi karena bahan baku yang mudah didapatkan

3) Strategi S-T

Strategi *Strength-Threat* yaitu strategi yang ditujukan untuk meminimalisir ancaman dari industri sentra batik dengan cara memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki oleh Sentra UMKM Batik di Wijirejo. Maka strategi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Dengan SDM yang terampil maka akan meningkatkan minat generasi muda untuk belajar membatik
- b. Menjaga ciri khas yang dimiliki untuk dapat mengatasi munculnya motif khas dari luar
- c. Persaingan kuat dapat diatasi dengan adanya ciri khas

4) Strategi W-T

Strategi *Weakness-Threat* yaitu strategi yang digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal yang ada pada Sentra UMKM Batik di Wijirejo untuk meminimalisir ancaman yang ada.

Pada strategi ini dibuat untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat. Strategi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan promosi yang masih kurang guna menangkal munculnya motif khas dari luar
- b. Waktu produksi yang kurang maksimal akan dapat menanggulangi persaingan yang semakin kuat

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS yang terdapat pada gambar 5.1 pada Diagram SWOT diatas, maka dapat ditetapkan bahwa Sentra UMKM Batik di Wijirejo berada pada kuadran I yang artinya berada pada posisi *Growth* atau berkembang. Dalam kondisi ini, maka strategi terbaik yang digunakan dalam strategi pengembangan Sentra UMKM Batik di Wijirejo yaitu *Growth Oriented Strategy* atau disebut Strategi Pertumbuhan Agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk pengembangan strategi UMKM Batik di Wijirejo. Setelah dilakukan analisis menggunakan diagram SWOT maka untuk dapat menentukan strategi yang digunakan yaitu dengan Matrik SWOT. Fokus strategi yang digunakan yaitu pada strategi S-O yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya kemajuan teknologi pemasaran maka variasi motif batik di Wijirejo akan semakin di ketahui oleh kalangan masyarakat
2. Mempertahankan penggunaan bahan baku batik yang berkualitas akan membuat konsumen puas terhadap hasil batik tersebut, sehingga mampu meningkatkan permintaan batik di daerah Wijirejo

3. Memanfaatkan dukungan dari pemerintah berupa pelatihan maupun event yang sering diadakan akan menciptakan SDM yang terampil dan siap bersaing dengan sentra industri bati