



STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF KERAJINAN BATIK BESUREK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PELAKU INDUSTRI KREATIF KERAJINAN BATIK BESUREK DI KOTA BENGKULU

Helvoni Mahrina¹⁾; Nina Yulianasari²⁾

^{1, 2)}Department of Accounting, Faculty of Economic and Business,
Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu

Email: vonnybkl@gmail.com

How to Cite :

Mahrina, H.; Yulianasari, N. (2021). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9 (2). DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1537>

ARTICLE HISTORY

Received [30 June 2021]

Revised [27 July 2021]

Accepted [31 July 2021]

KEYWORDS

Development strategy, Batik
Besurek creative industry

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Pembangunan Industri kreatif di Indonesia ialah salah satu zona yang memiliki peranan berarti dalam penggerak perkembangan ekonomi. Semacam halnya di kota Bengkulu salah satu industri kreatif yang lagi tumbuh merupakan Batik Besurek. Strategi apakah yang bisa dicoba pelakon usaha Batik Besurek serta Pemerintah Kota Bengkulu dalam meningkatkan usaha Batik Besurek di kota Bengkulu?. Tata cara pengumpulan informasinya merupakan wawancara sebaliknya tata cara analisis informasi merupakan deskriptif serta analisis SWOT. Terdapatnya kenaikan penjualan dari tahun ke tahun dan desain yang terus menerus di inovasi merupakan wujud dari semangat para pengrajin buat mempertahankan serta menjadikan Industri Kreatif Batik Besurek ini selaku sumber mata pencaharian untuk mereka. Walaupun demikian masih terdapatnya hambatan- hambatan yang mereka hadapi semacam minimnya atensi dari Pemerintah Kota Bengkulu terhadap para pengrajin, minimnya akses permodalan, pembelian bahan baku masih dari luar kota yang memakan waktu pada proses pengiriman, serta masih minimnya tingkatan apresiasi terhadap produk lokal oleh masyarakatnya sendiri. Kesimpulan dari riset ini biar para pengusaha melaksanakan diversifikasi terhadap produk ataupun pasarnya. Pengembangan Industri Kreatif Batik Besurek diharapkan bisa lebih dicermati lagi oleh Pemerintah buat membagikan pelatihan maupun akses permodalan untuk para pelakon industri dalam meningkatkan usaha industrinya supaya sanggup bersaing dengan usaha industri sejenis di wilayah lain.

ABSTRACT

The development of the creative industry in Indonesia is one sector that has an important role in driving economic growth. As is the case in Bengkulu city, one of the creative industries that is developing is Batik Besurek. What strategies can be done by Batik Besurek business actors and the Bengkulu City Government in developing Besurek Batik business in Bengkulu city?

The data collection method is interview, while the data analysis method is descriptive and SWOT analysis. An increase in sales from year to year and designs that are continuously innovated are a form of the spirit of the craftsmen to maintain and make the Besurek Batik Creative Industry a source of livelihood for them. Even so, there are still obstacles they face such as the lack of attention from the Bengkulu City Government towards the craftsmen, lack of access to capital, purchasing raw materials from outside the city which takes time in the delivery process, and the lack of appreciation for local products by the people themselves. .

The conclusion of this study is that entrepreneurs diversify their products and markets. The development of the Besurek Batik Creative Industry is expected to be given more attention by the Government to provide training or access to capital for industry players in developing their industrial businesses in order to be able to compete with similar industrial businesses in other areas.

PENDAHULUAN

Pembangunan Industri kreatif di Indonesia ialah salah satu zona yang memiliki peranan berarti dalam penggerak perkembangan ekonomi. Tuntutan perekonomian yang lebih efektif menimbulkan kebutuhan inovasi terus menjadi besar, sehingga dikembangkanlah konsep ekonomi kreatif untuk menjawab tuntutan tersebut. Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang mengandalkan kreatifitas individu dalam mengoptimalkan daya saing yang dipunyai. Wiko(2010) menarangkan kalau landasan dasar dari ekonomi kreatif ini merupakan dimana ilmu pengetahuan serta teknologi ialah input utama dalam mendorong pembangunan ekonomi dan menghasilkan perkembangan ekonomi yang baik.

Di kota Bengkulu, salah satu industri yang sangat berkembang adalah Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek. Perihal ini dibuktikannya dengan hadirnya sebagian usaha Kerajinan Batik besurek di bermacam tempat kota Bengkulu. Akibat beberapa kendala usaha yang sebelumnya telah dipaparkan, pemerintah Kota Bengkulu harus terlibat melalui Dinas Perdagangan serta Industri semacam pembinaan yang dicoba secara berkepanjangan dalam kenaikan mutu serta kuantitas produk buat tingkatkan hasil dan keyakinan dari para konsumen dari insutri tersebut sehingga terciptanya optimis dari para pelakon usahanya.

Dalam Industri Kreatif Kerajinan Batik besurek pada kota Bengkulu ini ada juga masalah lain dari segi bahan untuk melakukan kegiatan produksi dan peralatan. Seperti untuk pembelian bahan kain mori, malam (lilin khusus batik), pewarna masih harus membeli keluar kota yaitu Yogyakarta, Solo dan Semarang demi buat memperoleh harga modal yang bisa jadi lebih relatif lebih murah. Serta rata- rata pula masih dikerjakan oleh perorangan sehingga dalam pemesanan benda pula memakan waktu yang relatif lama masih cuma dalam pemesanan bahan belum lagi dikala menuntaskan orderan yang banyak memakan proses pengerjaan yang lumayan cukup memakan waktu sehingga terkadang sulit buat memastikan sasaran waktu dalam penyelesaiannya.

Penulis tertarik untuk meneliti "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu" Permasalahannya adalah ; 1) Bagaimana kondisi industri kreatif kerajinan batik besurek di kota Bengkulu?, 2) Apakah yang menjadi kekuatan dan kelemahan industri kreatif kerajinan batik besurek di kota Bengkulu?, 3) Strategi apakah yang dapat dilakukan pelaku usaha industri kreatif kerajinan batik besurek dan Pemerintah Kota Bengkulu dalam mengembangkan industri kreatif kerajinan batik besurek di kota Bengkulu?. Manfaat penelitian yang diharapkan adalah, buat periset, ialah buat menaikkan pengetahuan pengetahuan ilmiah menimpa strategi pengembangan industri kreatif, serta selaku bahan masukan buat para pelakon industri kreatif serta pemerintah kota Bengkulu buat bisa mengembangkannya dengan strategi yang pas.

LANDASAN TEORI

INDUSTRI

Industri merupakan sesuatu usaha ataupun aktivitas pengolahan bahan mentah ataupun benda separuh jadi jadi benda jadi yang mempunyai nilai tambah buat memperoleh keuntungan. Usaha perakitan ataupun assembling serta pula reparasi merupakan bagian dari industri. Hasil industri tidak cuma berbentuk benda, namun pula dalam wujud jasa

Industri ialah salah satu upaya buat tingkatkan kesejahteraan penduduk. Tidak hanya itu industrialisasi pula tidak terlepas dari usaha buat meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan buat menggunakan sumber energi alam secara maksimal. Bagi UU Perindustrian Nomor 5 Tahun 1984, industri merupakan aktivitas ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, benda separuh jadi serta ataupun benda jadi jadi benda dengan nilai yang lebih besar buat penggunaannya tercantum aktivitas rencana bangun serta perkerjasama industri. Dari sudut pandang geografi, industri ialah sesuatu sistem, ialah perpaduan sub sistem fisis serta sub sistem manusia (Sumaatmaja, 1981).

Bagi Anwar (1986) Industri digolongkan jadi 4 kriteria ialah:

1. Industri Besar menggunakan tenaga kerja mencapai 100 orang ataupun lebih.
2. Industri Lagi memakai tenaga kerja 20– 99 orang.
3. Industri Kecil memakai tenaga kerja 5– 19 orang.
4. Industri Rumah Tangga memakai tenaga kerja 1– 4 orang.

Bagi Pusat Statistik Industri digolongkan jadi 4 kriteria, ialah:

1. Industri Mikro mempunyai kekayaan sangat banyak Rp. 50. 000. 000 dan hasil penjualan tahunan sangat banyak Rp. 300. 000. 000.
2. Industri Kecil memiliki kekayaan lebih dari Rp. 50. 000. 000 sampai dengan Rp. 500. 000. 000 serta pula mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300. 000. 000 hingga dengan Rp. 2. 500. 000. 000.
3. Industri Lagi mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500. 000. 000 hingga dengan Rp. 10. 000. 000. 000, serta hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2. 500. 000. 000 hingga dengan Rp. 10. 000. 000. 000.
4. Industri Besar mempunyai kekayaan bersih serta hasil penjualan yang lebih besar dari Industri lagi.

Sebab ialah aktivitas ekonomi yang luas hingga jumlah serta berbagai industri berbeda- beda buat masing- masing negeri ataupun wilayah. Pada biasanya, kian maju tingkatan pertumbuhan perindustrian di sesuatu negeri ataupun wilayah, kian banyak jumlah serta berbagai industri, serta kian lingkungan pula watak aktivitas serta usaha tersebut. Metode penggolongan ataupun pengklasifikasian industri juga berbeda- beda. Namun pada dasarnya, pengklasifikasian industri didasarkan pada kriteria ialah bersumber pada bahan baku, tenaga kerja, pangsa pasar, modal, ataupun tipe teknologi yang digunakan. Tidak hanya faktor- faktor tersebut, pertumbuhan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara juga turut memastikan keanekaragaman industri negeri tersebut, terus menjadi besar serta lingkungan kebutuhan masyarakat yang harus dipadati, maka semakin beranekaragam tipe industrinya.

Industri kreatif bagi Hawkins dalam Nenny (2008) industri kreatif merupakan aktivitas ekonomi dimana input serta outputnya merupakan gagasan. Sebaliknya bagi visi pemerintah, industri kreatif adalah industri- industri yang mengandalkan kreatifitas orang, keahlian dan talenta yang mempunyai keahlian meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) serta eksploitasi.

Definisi industri kreatif menurut Departemen Perdagangan RI ialah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat orang buat menghasilkan kesejahteraan, dan lapangan pekerjaan dengan menciptakan serta mengeksplorasi energi kreasi serta energi cipta orang tersebut. Industri kreatif bisa dikelompokkan jadi 14 subsektor.

STRATEGI

Definisi Strategi

Strategi dalam bahasa Yunani adalah *stratagos* yang merupakan komponen perang dalam jaman tersebut. Adapun pengertiannya pada saat ini adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan – tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang umumnya adalah kemenangan.

Sementara menurut Glueck W (1980), strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yaitu dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Sehingga dapat disimpulkan pengertian strategi secara umum dan khusus, yaitu:

1. Pengertian umum: Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.
2. Pengertian khusus: Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Dari uraian diatas diketahui bahwa strategi memiliki beberapa sifat, yaitu, menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi (*menyatu/unified*), mencakup seluruh aspek organisasi (*menyeluruh/comprehesif*), dan seluruh strategi akan cocok/ sesuai seluruh bagian organisasi (*integral/integrated*).

Tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis (Rangkuti, 2014:7).

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 produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Pengertian dan Konsep Daya Saing

Dalam Permendiknas Nomor. 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses, melaporkan kalau, "Energi saing merupakan keahlian buat menampilkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna". Kemampuan yang diartikan dalam Permendiknas No 41 tahun 2007 tersebut meliputi: (1) keahlian memperkokoh posisi pasarnya, (2) keahlian menghubungkan dengan lingkungannya, (3) keahlian tingkatkan kinerja tanpa henti, serta (4) keahlian menegakkan posisi yang menguntungkan

Chan, Man, serta Lau (2002) 3 aspek yang pengaruhi energi saing dalam suatu UKM yang bisa berakibat pada kinerja industri ialah aspek internal yang kokoh, area eksternal, serta pengaruh pengusaha. Pengaruh pengusaha diperuntukan lewat pendekatan kompetisi dari sesuatu proses ataupun perspektif sikap. Sebuah model konseptual untuk daya saing UKM diusulkan yang terdiri dari lingkup kompetitif, keahlian organisasi industri, kompetensi kewirausahaan serta kinerja. Ikatan

antara bidang kompetensi serta konstruksi yang lain dalam energi saing UKM merupakan pusat model yang diusulkan serta bisa dihipotesiskan jadi 3 tugas pokok kewirausahaan ialah membentuk lingkup kompetitif, menghasilkan keahlian organisasi, serta menetapkan tujuan pelakon UKM.

Porter (1990) mengembangkan model yang dikenal sebagai Model Berlian, menerangkan kalau sesuatu negeri secara nasional bisa mencapai keunggulan kompetitif, apabila dipadati 4 persyaratan yang saing terpaut dan membentuk 4 titik sudut dari poin yang dinamakan bangunan intan. Awal, keadaan faktor- faktor penciptaan seperti tenaga kerja terampil ataupun prasarana. Kedua, kondisi permintaan serta tuntutan kualitas di dalam negara buat hasil industri tertentu. Ketiga, eksistensi industri terpaut serta pendukung yang kompetitif secara internasional. Keempat, strategi industri itu sendiri, serta struktur dan sistem persaingan antar industri.

Cho (2003) meningkatkan model yang diketahui dengan Model 9 Aspek yang ialah pengembangan model dari Porter. Perbandingan antara Model Berlian yang dibesarkan oleh Porter dengan Model 9 Aspek dari Dong- Sung Cho merupakan terletak pada aspek di luar kotak Berlian, ialah keberadaan 4 aspek yang meliputi tenaga kerja, birokrasi serta politisi, kewirausahaan, serta manajer, teknisi serta perancang handal. Pula aspek akses serta peluang dalam melaksanakan suatu untuk warga yang terletak di luar kotan segi 4 tersebut. Di mana akses serta peluang ialah aspek yang tidak kalah berarti dalam mempertajam energi saing internasional.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah idetifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2014:19). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat dimaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dengan faktor internal Kekuatan dan Kelemahan.

Gambar 1. Analisis SWOT



Sumber: Blogspot (Adam Nugraha, 2012)

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang

mendetail disertai catata-catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan (Nana Syaodih,2012:60).

Teknik Analisis Data

1. Tahap Pengumpulan Data (*Input stage*)

Tahap pengumpulan dilakukan dengan menggunakan matriks EFE dan matriks IFE. Matriks EFE digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal. Matriks IFE digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal yang dapat mempengaruhi implementasi strategi pengembangan produk. Matriks EFE dan IFE disusun dengan memberikan bobot kekuatan dan kelemahan pada faktor penentu keberhasilan baik faktor yang muncul dari lingkungan internal maupun eksternal perusahaan

2. Tahap Analisis atau Tahap Pencocokan (*Matching Stage*)

Tahap ini dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT dan matriks IE. Matriks SWOT merupakan matriks yang memberikan pilihan strategi bagi organisasi/perusahaan. Matriks ini memberikan empat pilihan strategi yang muncul karena peluang atau ancaman dari lingkungan eksternal dan kekuatan atau kelemahan dari lingkungan internal. Matriks IE merupakan matriks yang menunjukkan alternatif strategi bagi perusahaan atau unit bisnis yang sedang berkembang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek

Di Kota Bengkulu kerajinan batik besurek banyak terletak pada pusat kotanya, dan para pelaku usahanya tersebar di berbagai titik seputaran kota Bengkulu. Kegiatan Industri Kreatif Kerajinan Batuk Besurek pada kota Bengkulu terhitung masih status menuju berkembang. Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek ini mulai berkembangnya sejak Tahun 2011.

Modal Awal Pengusaha

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam mendirikan usaha, tanpa modal yang mencukupi maka usaha yang dibangun tidak akan berjalan dengan normal. Untuk mengetahui besarnya modal awal yang digunakan pengusaha pada industri kreatif kerajinan batik besurek di Kota Bengkulu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Modal Awal Pengusaha Industri Kreatif Batik Besurek

No	Nama Pengusaha	Modal Awal Pengusaha			
		< 10jt	10 - 20 jt	20,5 - 30jt	< 30 jt
1	Fitri Amelia			x	
2	Atik Purwanti		x		
3	Mariayati		x		

Sumber : Data Wawancara Primer tahun 2021

Dari tabel tersebut kita lihat modal awal pengusaha Sangat beragam Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan modal awal dalam memulai usaha pada industri kreatif kerajinan batik besurek di kota Bengkulu dibawah Rp 30jt, karena pengusaha memulai usaha dari skala kecil, disamping itu bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kaos sablonan tergolong murah dan modal utamanya adalah kreatifitas sang pengrajin.

Jenis Produk

Jenis produk kerajinan dari Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu berupa Kain, Kemeja, Blouse dan Aksesoris

Tabel 2. Jenis Produk Industri Kreatif Kerajinan Batik besurek Kota Bengkulu

No	Nama Pengusaha	Jenis Produk	Jumlah Produksi
1	Fitri Amelia	Kain, Kemeja, Blouse	720 potong/thn
2	Atik Purwanti	Kain, Kemeja, Blouse	540 potong/thn
3	Mariayati	Kemeja, Blouse, Aksesoris	360 potong/thn

Sumber : Data Wawancara Primer tahun 2021

Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran yang dimaksud dalam hal ini adalah daerah dimana hasil kerajinan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek kota Bengkulu yaitu lokal, luar kabupaten bahkan luar provinsi.

Tabel 3. Daerah Pemasaran Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek

No	Nama Pengusaha	Daerah Pemasaran
1	Fitri Amelia	Lokal, Luar Kabupaten, Luar Provinsi
2	Atik Purwanti	Lokal, Luar Kabupaten, Luar Provinsi
3	Mariayati	Lokal, Luar Kabupaten, Luar Provinsi

Sumber Data Wawancara Primer tahun 2021

Dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa daerah pemasaran produk industri kreatif kerajinan batik besurek di kota Bengkulu mulai dari lokal, luar kabupaten bahkan ke luar provinsi. Walaupun demikian kendala dalam hal pemasaran masih menjadi hambatan dalam perkembangan usaha karena mereka belum punya pasar yang tetap dalam arti masih menunggu pesanan dan tidak secara rutin pemasaran dilakukan ke daerah yang dituju tersebut. Terkadang juga faktor desain mempengaruhi konsumen terhadap pembelian.

Harga Produk

Harga produk hasil kerajinan Industri Kreatif kerajinan batik besurek di Kota Bengkulu bermacam - macam sesuai dengan jenis dan permintaan konsumen antara lain :

Kemeja (Batik Cap s/d Batik Tulis) = Rp. 200.000 – Rp. 3.500.000,-

Blouse (Batik Cap s/d Batik Tulis) = Rp. 150.000 – Rp. 4.000.000,-

Kain (Batik Cap s/d Batik Tulis) = Rp. 100.000 - Rp. 5.000.000,-

Aksesoris juga bervariasi serta tergantung pesanan konsumen.

Bahan Baku

Tabel 4. Bahan Baku Pada Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek Kota Bengkulu

No	Jenis Bahan Baku	Kebutuhan Bahan Baku Jumlah	Satuan	Nilai Bahan Baku (Rp)	Asal Bahan Baku
1	Kain Mori	500	Meter	10.000.000	Luar Kota
2	Malam (Lilin khusus)	200	Kilogram	7.000.000	Luar kota
3	Sari Warna	100	Botol	2.000.000	Luar kota

Sumber: Data Wawancara Primer tahun 2021

Jenis Peralatan Yang Digunakan

Tabel 5. Jenis Peralatan Yang Digunakan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek

No	Jenis Peralatan	Spesifikasi	Kapasitas
1	Kompore khusus membatik	Standard	10 buah
2	Panci khusus membatik	Standard	10 Buah
3	Canting (alat pembentuk motif)	Standard	15 Buah
4	Gawangan (tempat menyampirkan kain)	Standard	12 Buah
5	Bak/ Ember besar	Standard	10 Buah

Sumber : Data Wawancara Primer tahun 2021

Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek Kota Bengkulu.

Aspek Internal

Skor paling tinggi buat aspek kekuatan merupakan 0, 44 ialah semangat para pengrajin buat tingkatkan usahanya selaku sumber mata pencaharian cukup besar, kemudian disusul dengan skor 0, 40 ialah keahlian yang dipunyai pengrajin lumayan mencukupi, setelah itu pembuatan desain baru dengan skor 0, 30. Banyaknya unit benda yang terjual akibat senantiasa terdapatnya pembuatan desain baru buat menarik atensi konsumen serta terdapatnya pembatasan jumlah produksi setiap desain yang dikeluarkan oleh para pengrajin. Pengoperasian perlengkapan penciptaan terkategori gampang sebab tidak memakai mesin- mesin mutahir seluruh masih memakai proses manual.

Pada faktor kelemahan skor tertinggi adalah 0, 10 ialah, minimnya pembinaan dari pemerintah buat membesarkan usaha unit mikro di zona ini, permodalan terbatas dengan keahlian akses terhadap sumber permodalan dan proses penciptaan lama. Ketersediaan bahan baku dengan skor 0, 07 serta keahlian manajerial dalam mengelola usaha ataupun mengelola sentra terbatas pada skor 0, 06.

Aspek Eksternal

Skor paling tinggi buat aspek kesempatan merupakan pertumbuhan IPTEK yang bisa dimanfaatkan guna mendukung pertumbuhan industri, skor terendah merupakan 0, 14 ialah mungkin dijadikan produk unggulan wilayah sebab hingga dikala ini tidak seluruh masih tema dari desain nya mengangkut konsep lokal serta promosi dalam aktivitas aktivitas yang dicoba pemerintah semacam pameran produk misalnya masih terkategori sangat kurang. Kemampuan serta kesempatan pasar yang masih sangat terbuka ditambah dengan terdapatnya penampilan produk dalam aktivitas pameran- pameran handycraft masing masing mempunyai skor 0, 24 serta 0, 30.

Pada aspek ancaman skor paling tinggi merupakan 0, 24 ialah terdapatnya produk sejenis di wilayah lain yang bisa jadi pesaing serta hawa usahanya yang tidak normal dengan skor 0, 20 ditambah lagi dengan terdapatnya produk pabrikan yang harganya lebih murah dengan skor 0, 16, hal itu diperburuk dengan melemahnya energi beli warga lokal serta tingkatan warga buat dukung produk lokal masih kurang dengan masing- masing skor 0, 10.

Analisis Diagram SWOT

Sehabis menyusun kekuatan serta kelemahan internal dan kesempatan serta ancaman eksternal lewat matrik EFAS serta IFAS, hingga langkah berikutnya merupakan membuat analisa diagram SWOT buat mengenali posisi sesuatu usaha. Analisa diagram SWOT mempunyai target buat mengenali satu dari 4 kuadran yang ada dalam diagram ini menganjurkan strategi yang bisa menunjang usaha dalam keadaan tersebut. Dalam analisis diagram SWOT dilihat dari total skor IFAS serta EFAS. Bila total skor IFAS melebihi 2. 5 berarti kekuatan lebih besar dari kekurangan serta kebalikannya. Begitu pula dengan skor EFAS, bila total skor melebihi 2. 5 hingga kesempatan lebih besar dari pada ancaman serta kebalikannya.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal Industri Kreatif Kerajinan Batik besurek di Kota Bengkulu pada IFAS diperoleh skor 2, 55 dimana industri tersebut mempunyai kekuatan lebih besar daripada kekurangannya. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu diperoleh skor 2, 48 dimana industri tersebut mempunyai ancaman yang lebih besar daripada peluangnya. Bagi Rangkuti,(2014: 21) ini ialah suasana Industri walaupun mengalami bermacam ancaman, industri ini masih mempunyai kekuatan dari segi internal. Strategi yang wajib diresmikan merupakan memakai kekuatan buat menggunakan kesempatan jangka panjang dengan metode strategi diversifikasi(produk/ pasar)

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu



Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu

Dalam suatu penataan perencanaan wajib dicoba sesuatu analisis, dalam perihal ini analisis yang dicoba berbentuk analisis SWOT. Analisis ini dilihat dari *Strength*(kekuatan), *Weakness*(kelemahan), *Opportunity*(kesempatan), serta *Threat*(ancaman). Bersumber pada matriks SWOT menampilkan kalau pengembangan industri ditetapkan oleh campuran aspek internal serta eksternal. Lewat hasil diagram SWOT, Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu sangat sesuai memanfaatkan strategi SO, tetapi untuk memaksimalkan hasil sebaik nya para pelakon industri menggunakan strategi yang lain pula buat tingkatkan pengembangannya sendiri. Campuran kedua aspek tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT selaku berikut:

1. Strategi SO(*Strength- Opportunity*) pada Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu merupakan:
 - a. Menggunakan keahlian serta semangat para pengrajin dan pertumbuhan IPTEK buat mendukung aktivitas semacam inovasi desain buat merebut serta membuka pasar yang lebih luas
 - b. Meningkatkan inovasi dan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis diluar daerah
 - c. Meningkatkan lagi industri kreatif semacam ini supaya bisa bersaing dengan industri sejenis yang terdapat di luar daerah

2. Strategi WO(*Weakness- Opportunity*) pada Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu merupakan:
 - a. Diperlukannya pembinaan dari pemerintah buat meningkatkan usaha zona industri kreatif ini
 - b. Butuh pelatihan manajemen dari bermacam berbagai aspek serta pelatihan desain buat inovasi desain yang baru
 - c. Dorongan pemerintah dalam perkuatan modal buat tingkatkan hasil produksi
 - d. Diperlukannya banyaknya promosi(pameran) dari kegiatan- kegiatan yang di selenggarakan pemerintah buat menghadirkan produk lokal
3. Strategi ST(*Strength- Threat*) pada Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu merupakan:
 - a. Meningkatkan inovasi pada desain untuk tingkatkan persaingan dengan produk sejenis di wilayah lain
 - b. Konsistensi terhadap tema produk sendiri tidak melaksanakan perihal yang sama semacam dicoba oleh produk pesaing
 - c. Menjaga marwah produk dengan penetapan harga serta mempertahankan mutu bahan supaya tidak disamakan dengan produk tiruan
 - d. Memaksimalkan penciptaan mulai dari mutu sampai kuantitas
 - e. Menunjukkan cara membatik pada kegiatan - kegiatan kreatif untuk menimbulkan daya tarik terhadap konsumen
4. Strategi WT(*Weakness- Threat*) pada Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu merupakan:
 - a. Perlu dilakukan pembinaan dengan manajemen terutama dari aspek pembukaan buat memudahkan akses modal baik kredit lunak dari perbankan maupun pemerintah untuk mengalami pesaing dari luar daerah
 - b. Tingkatkan aktivitas promosi produk supaya lebih diketahui secara warga universal serta menjangkau pasar yang lebih luas
 - c. Memesatkan proses penciptaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu ada 3. Industri ini mulai berkembang sejak tahun 2011. Daerah pemasarannya adalah kota, dalam kabupaten, luar kabupaten dan juga luar provinsi. Produk yang dihasilkan yaitu Kain, Kemeja, Blouse dan aksesoris.
2. Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek terus berkembang. Hal ini bisa dilihat dengan adanya kemajuan pada investasi atau penanaman modal, kemajuan usaha kecil menengah dan juga kenaikan produksi dari tahun 2013 sampai 2017.
3. Ada beberapa hambatan dalam proses kemajuan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek di Kota Bengkulu yaitu :
 - a. Belum maksimal bantuan dari Dinas terkait untuk membantu kemajuan industri batik besurek.
 - b. Investasi yang masih kecil dan sulitnya untuk menembus perbankan.
 - c. Keahlian manajemen dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha masih belum maksimal.
 - d. Persediaan material usaha.
 - e. Pembuatan yang memakan waktu.
 - f. Kompetitor di daerah yang sangat kompetitif

- g. Kurangnya respon warga kota Bengkulu terhadap produk.
 - h. Naik turunnya iklim dunia usaha yang tidak bisa diprediksi.
 - i. Berkurangnya pembelian produk
 - j. Barang dari pembuatan masal yang lebih terjangkau
4. Hasil analisa SWOT, strategi atau rencana yang bisa meningkatkan produktivitas Kerajinan Batik Besurek yaitu melakukan rencana kedepannya dengan membuat berbagai jenis barang berbedayang berkualitas dan mencari pangsa pasar yang berbeda.

Saran

Saran yang bisa diberikan yaitu :

1. Pemangku Kebijakan (Dinas terkait)
 - a. Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek harus segera diberikan pelatihan kepada pelaku usaha agar bisa secara mengasah daya pikir untuk membuat berbagai desain baru, dan juga dapat memaksimalkan masyarakat yang memiliki kemampuan membuat batik yang baik.
 - b. Kemajuan dalam penciptaan mesin produksi dapat memberikan kemudahan proses dan jumlah produksi yang meningkat cepat.
 - c. Penjualan, dinas UMKM dan dinas terkait lainnya, bisa membuat pagelaran atau pameran-pameran untuk dunia usaha kreatif, dan juga mengenalkan batik besurek ke pasar nasional.
 - d. Kemudahan proses pelaku usaha untuk bisa bekerja sama dengan pemerintah ataupun pihak swasta dalam meningkatkan investasi.
 - e. Kebijakan-kebijakan yang diambil ataupun regulasi diharapkan dapat mempermudah pelaku usaha untuk berkembang, sehingga tidak memberatkan pengrajin untuk melakukan ekspansi usaha.
2. Pelaku Usaha
 - a. Menambah pengetahuan dengan mengamati perkembangan barang-barang yang ada di sekitar kita, agar pelaku usaha bisa melihat peluang untuk mengkreasikan bentuk ataupun desain barang yang disukai masyarakat saat ini.
 - b. Mengenal dunia digital untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan pengembangan dan pemasaran industri kerajinan.
 - c. Melihat dan mengamati sasaran penjualan, untuk mengetahui apa yang sekarang diminati oleh masyarakat saat ini.
 - d. Selalu berusaha untuk membuat kreasi *out the box* dan melakukan pengembangan pemasaran yang tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

1. Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
2. Andi Rangkuti, F. (1997). *Analisis Swot : Tehnik Membedah KasusBisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
3. Anoraga, P., & Djoko , S. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
4. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008.). *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
5. Fitriana, A., Irwan , N., & Ainul , H. (n.d.). Strategi Pengembangan Industri di Kota Batu. *Jurnal Administrasi Publik Fakultas Ilmu Admnistrasi Bisnis Universitas Brawijaya*.
6. Glueck, W. (1980). *Strategic Management and Business Policy*.
7. Industri , K. (2017, oktober 22). https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif. Retrieved from Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif.
8. Kuncoro, M. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta.

9. Materi, E. (2017, September 17). <http://www.materibelajar.id/2015/12/materi-ekonomi-teori-industri-menurut.html>. Retrieved from Materi belajar: <http://www.materibelajar.id/2015/12/materi-ekonomi-teori-industri-menurut.html>
10. Philip, K. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Klaten: PT. Indeks Gramedia. .
11. Polyana, G. (2015). "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah". *Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
12. Satria, D. (2008). "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal" . *Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*.
13. Singarimbun, M., & Sofian, E. (1981). *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
14. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administras*. Bandung : Alfabeta.
15. Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
16. Tambunan, T. (2001). *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
17. <https://kotabkl.bps.go.id>. (2017, September 2021). Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://kotabkl.bps.go.id>