

POTENSI PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK DI BANDAR LAMPUNG

Nur Efendi¹

¹Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Lampung

Email : nur.efendi@fisip.unila.ac.id

ABSTRACT

Batik is a product that is very popular with people. This industry is developing not only on the island of Java, but also across Indonesia, including Bandar Lampung. There are several batik enterprises that are developing in Bandar Lampung at small and medium scale. This research aims to identify the development potential of the batik industry in Bandar Lampung. The method of investigation used is descriptive and qualitative. Respondents to the research were Siger Roemah Batik and Rahmad Batik Lampung. Data collection techniques involving interviews with owners, employees and consumers, and compliance techniques. Data analysis based on SWOT analysis. The results showed that the batik industry in Bandar Lampung can be expanded. The external potential of the batik industry is fairly significant because it is supported by local government regulations concerning the use of batik clothing in government institutions and schools. The internal potential of the batik industry is in the medium category because there are still several internal problems that must be resolved, including the source of raw materials that must be sent from Java. The batik enterprises that has the first priority to be developed is Rahmad Batik Lampung's because it has great external potential and its internal potential is in the medium category. Meanwhile, Siger Roemah Batik's has external and internal potential which is in the medium category.

Keywords: Batik, Development Potential. Internal and external potential.

Batik adalah salah satu komoditi yang banyak diminati oleh masyarakat. Industri ini tumbuh dan berkembang bukan hanya di pulau Jawa, tetapi juga diseluruh wilayah Indonesia, termasuk di Bandar Lampung. Ada beberapa usaha batik yang tumbuh di Bandar Lampung dalam skala usaha kecil dan menengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi pengembangan industri batik di Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Responden pada penelitian ini adalah Siger Roemah Batik dan Rahmad Batik Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan pemilik, karyawan dan konsumen, dan teknik observasi observasi. Analisis data menggunakan SWOT analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri batik yang ada di Bandar Lampung memiliki potensi untuk dikembangkan. Potensi eksternal industri batik ini cukup besar karena didukung aturan Pemerintah Daerah tentang penggunaan pakaian batik pada lembaga pemerintah dan sekolah. Potensi internal industri batik masuk dalam kategori sedang karena masih terdapat beberapa kendala internal yang harus dicarikan solusinya diantaranya sumber bahan baku yang harus dikirim dari pulau Jawa. Usaha batik yang memiliki prioritas pertama untuk dikembangkan adalah usaha Rahmad Batik Lampung karena memiliki potensi eksternal yang besar dan potensi internalnya masuk dalam kategori sedang. Sedangkan usaha Siger Roemah Batik memiliki potensi eksternal dan internal yang masuk dalam kategori sedang.

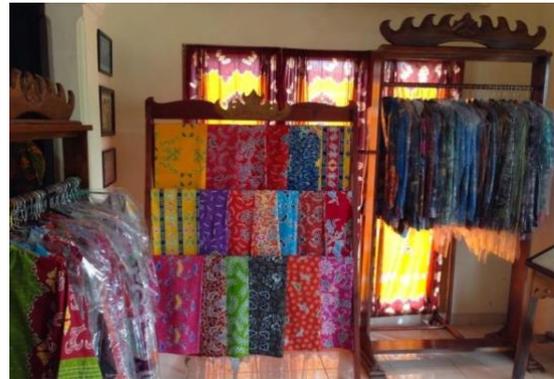
Kata kunci : Batik, Potensi Pengembangan, Potensi internal dan eksternal.

A. Pendahuluan

Usaha Batik merupakan jenis usaha yang menggabungkan unsur seni dan teknologi untuk bisa menghasilkan suatu produk. Dengan bakat seni dan teknologi sederhana yang dimiliki, seorang pengrajin batik bisa menghasilkan batik tulis yang harganya cukup mahal di pasaran. Apalagi jika keterampilan dalam membatik ini ditunjang dengan teknologi yang memadai, maka berbagai produk batik bisa dihasilkan, mulai dari batik tulis yang dikerjakan secara manual ataupun produk batik yang dihasilkan dari teknologi *printing*. Fakta menunjukkan bahwa setiap jenis batik yang diproduksi memiliki pangsa pasar sendiri.

Industri batik saat ini bukan hanya berkembang di pulan Jawa tetapi sudah menyebar ke berbagai wilayah di Indonesia. Saat ini kita mengenal adanya batik Cirebon, batik Jawa Tengah, Batik Bali, Batik Kalimantan, Batik Sumatera, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, berbagai daerah mengembangkan corak batiknya sesuai dengan kekhasan daerahnya. Hal ini juga terjadi di Lampung, khususnya di Kota Bandar Lampung. Meskipun belum banyak, namun berdasarkan survei yang dilakukan peneliti pada tahun 2015, di Bandar Lampung setidaknya terdapat 5 usaha pengrajin batik yang lokasinya

tersebar di beberapa kecamatan. Dengan teknologi yang sederhana, para pengrajin yang mengelola usaha rumahan ini menciptakan berbagai kreasi batik seperti terlihat pada gambar 1 dan 2 berikut ini.



Gambar 1. Kreasi batik Bandar Lampung
Usaha kerajinan batik yang berkembang di Bandar Lampung adalah usaha rumahan yang masuk dalam kategori industri kecil. Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa suatu usaha disebut industri kecil jika mempekerjakan 5 – 9 orang tenaga kerja. Sebagai sebuah industri kecil, usaha batik di Bandar Lampung mempunyai cukup peluang untuk bisa dikembangkan. Setidaknya saat ini kebijakan pemerintah telah mendorong lahir dan berkembangnya industri ini di Bandar

Lampung. Pangsa pasar yang cukup besar yang bisa dimanfaatkan diantaranya adalah adanya kewajiban bagi PNS, guru, dan siswa untuk mengenakan baju batik pada setiap hari Rabu. Ini belum termasuk dengan berbagai event yang secara estetika mengharuskan pesertanya memakai pakaian batik. Ini adalah pasar yang sudah pasti dan akan terus berkembang.

Namun demikian, meskipun pasar batik sangat terbuka di Bandar Lampung dan daerah lainnya di Propinsi Lampung, tidak berarti bahwa industri batik ikut menikmati pertumbuhan pasar ini. Survei yang dilakukan pada beberapa usaha batik menunjukkan bahwa mereka masih menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan bisnis ini, mulai dari ketersediaan bahan baku, sampai dengan manajemen usaha yang masih sederhana sekali. Berbagai kendala ini mengakibatkan industri batik yang ada sulit untuk berkembang. Mereka tidak bisa memanfaatkan peluang pasar yang ada, sehingga pasar meresponnya dengan mendatangkan bahan batik dari Jawa.

Potensi pengembangan industri kecil dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi usaha dan pengusahanya. Sisi usaha meliputi aspek internal dan eksternal. Aspek internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu usaha.

Sedangkan aspek eksternal adalah berbagai peluang dan hambatan yang ditemui dalam menjalankan usaha. Sementara itu, sisi pengusaha terdiri atas dua aspek, yaitu komitmen dan kompetensi pengusaha. Pengembangan suatu industri kecil akan berhasil jika pola pengembangan yang digunakan menyentuh aspek usaha dan pengusahanya. Artinya, suatu usaha akan berkembang dengan baik jika usahanya memiliki keunggulan dan dijalankan oleh pengusaha yang handal. Dalam konteks pengembangan industri batik di Bandar Lampung, pola pengembangan ini bisa digunakan, yaitu dengan melihat keunggulan usaha dan kehandalan pengusahanya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimanakah potensi pengembangan industri batik di Bandar Lampung? Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis tentang potensi pengembangan industri batik di Bandar Lampung. Analisis ini dilakukan dengan melihat keunggulan usaha batik yang ada di Bandar Lampung dan kehandalan pengusahanya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Tentang Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu penggerak yang krusial bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di banyak negara. Begitu pentingnya peran UKM ini menyebabkan beberapa negara berkembang mulai memberdayakan sektor UKM dalam upaya mengatasi masalah tingginya angka kemiskinan, pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan daerah pedesaan, serta masalah urbanisasi dengan segala dampak negatifnya. Dengan latar belakang seperti maka pengembangan UMK memiliki sangat urgensi bagi pemerintah pusat dan daerah, diantaranya adalah 1) sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah; 2) peran pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah (Halim, 2020)

Beberapa lembaga pemerintah seperti BPS, Bank Indonesia, dan

Kementerian Koperasi dan UKM memiliki kriteria yang berbeda tentang UKM. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan perspektif dalam memandang UKM. BPS melihat UKM dalam perspektif kuantitas tenaga kerja, Bank Indonesia melihatnya dari aspek jumlah asset dan omset, dan Kementerian Koperasi dan UKM melihatnya dari aspek jumlah kekayaan bersih (Juliprijanto, 2017)

Posisi UKM bagi perkembangan ekonomi nasional sangat strategis, karena *UKM terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional, mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi pengangguran dan kemiskinan* (Salim, 2018). Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto yang menegaskan bahwa UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Siaran Pers **Kementerian**

**Koordinator Bidang Perekonomian
Republik Indonesia, 5 Mei 2021).**

Hal ini karena UKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Laju penciptaan lapangan pekerjaan oleh UKM juga lebih cepat dari pada sektor lainnya, merekapun cukup terdiversifikasi dan berkontribusi dalam ekspor dan perdagangan.

Meskipun Usaha Kecil dan Menengah telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala baik yang bersifat internal maupun eksternal, misalnya dalam aspek produksi dan pengolahan, pemasaran serta iklim usaha. Hafsah (2004) menjelaskan, bahwa permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil (UMK) secara umum meliputi permasalahan internal dan eksternal. Masalah internal meliputi a. kurangnya permodalan; b. sumber daya manusia (sdm) yang terbatas; dan c.lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar. Masalah eksternal meliputi a. iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif; b. terbatasnya sarana dan prasarana usaha; c. implikasi otonomi daerah; d. implikasi perdagangan bebas; e. sifat produk dengan *lifetime* pendek; dan f. terbatasnya akses pasar.

Berbagai permasalahan internal dan eksternal ini pada akhirnya berdampak pada semakin menurunnya daya saing produk-produk UMK di pasar global bahkan juga di pasar local. Robert Z. Lawrence mengatakan bahwa daya saing adalah "*the ability and performance of a firm, sub-sector or country to sell and supply goods and services in a given market, in relation to the ability and performance of other firms, sub-sectors or countries in the same market (Henderson, 2002).*" Dalam konsep seperti ini, kemampuan untuk mengelola sumberdaya ekonomi seperti modal, tenaga kerja, dan teknologi, secara optimal akan sangat menentukan kinerja UKM yang dapat diukur dengan kemampuan untuk menjual dan menawarkan barang dan jasa pada pasar tertentu. Semakin baik perbandingan antara *ability* dan *performance* menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki daya saing yang kuat atau keunggulan bersaing. Namun demikian, daya saing perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kekuatan internal, tetapi juga sangat ditentukan oleh hubungan dengan pihak eksternal seperti pemasok, konsumen, pemerintah, dan bahkan dengan pesaing yang membantu mereka untuk mendapatkan keunggulan bersaing.

Pada sisi yang lain, Cravens (1996) mengatakan bahwa daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan pesaingnya. Oleh sebab itu perusahaan harus memiliki strategi bersaing dan keunggulan bersaing yang fokus pada proses yang dinamis. Porter (1990) menyatakan bahwa keunggulan bersaing sebagai kunci untuk mencapai kinerja perusahaan, industri dan ekonomi yang superior. Keunggulan bersaing ini dapat bersumber dari keunggulan diferensiasi dan *real cost* dibandingkan dengan pesaing (Thompson, 2001). Menurut Porter, kesuksesan bersaing didasarkan pada dua alternatif, yaitu *to be better than rivals and focus on operating efficiencies to achieve this, it can seek either to do different things, or to do things different* (Thompson, 2001).

Kadocsa (2006) menyatakan bahwa secara garis besar, faktor yang mempengaruhi daya saing dibagi menjadi dua, yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Tabel 1. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing

Faktor Eksternal	Faktor Internal
1. Employment	1. Marketing
2. Productivity	2. Innovation
3. Capital supply opportunities	3. Productivity
4. Globalisation	4. Knowledge-based development

5. EU	5. Capital supply
6. Business relations	6. Management, organisation, structure
7. Alliances	7. Cost-efficiency
8. Networks	8. Compliance

Sumber: Kadocsa (2006)

Sementara itu Tambunan (2008) mengatakan bahwa ada 7 (tujuh) faktor yang mempengaruhi daya saing perusahaan, yaitu 1) keahlian atau tingkat pendidikan pekerja; 2) keahlian pengusaha; 3) ketersediaan modal; 4) sistem organisasi dan manajemen yang baik; 5) ketersediaan teknologi; 6) ketersediaan informasi; dan 7) ketersediaan input-input lainnya seperti energi dan bahan baku. Tambunan (2008) juga memberikan indikator daya saing suatu perusahaan yang meliputi : 1) Pertumbuhan nilai/volume output; 2) Pangsa PDB (%); 3) Pangsa pasar; 4) Nilai omset; 5) Profit; 6) Tingkat pendidikan rata-rata pekerja dan pengusaha; 7) Pengeluaran untuk riset dan pengembangan; 8) Jumlah sertifikat standarisasi dan paten yang dimiliki; 9) Produk terstandarisasi; 10) Jenis teknologi yang digunakan; 11) Produktifitas/efisiensi; 12) Nilai mesin dan peralatan produksi; dan 13) Jumlah pengeluaran untuk promosi.

Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis didefinisikan secara beragam. Bagi praktisi, pengembangan bisnis *...entails increasing sales, creating partnerships, creating value for customers, organisational growth, geographical expansion into new markets, and development of new business models* (Scaringella, 2018). Namun dari perspektif akademik, definisi pengembangan bisnis masih *unclear* (Scaringella, 2018). Hal ini dapat dilihat berbagai pendapat yang mendefinisikan pengembangan bisnis sebagai

“...enterprise development; the activity that increases, or is intended to increase, the profit, production, or service potential of an enterprise; investment of capital and time that causes, or is intended to cause, the growth and expansion of an enterprise; the process of moving a business towards the point where it can provide its services and products to the entire outside group that wants them; the promotional side of business networking; persuading, or intending to persuade, prospects that appear to have the potential become customers, clients, or buyers; the process of promotion to build and sustain working relationships that relate to the business purpose (Kind & Zu Knyphausen-Aufseß, 2007).

Pengembangan bisnis sangat penting bagi UKM untuk mengidentifikasi peluang bisnis, menciptakan nilai bersama dengan pelanggan, mengembangkan dan memelihara kemitraan, dan memandu penyebaran sumber daya (Scaringella, 2018). Keterlibatan pelanggan dalam pengembangan bisnis salah satunya adalah dalam pengembangan produk, untuk memastikan bahwa kebutuhan mereka terintegrasi dengan baik ke dalam operasi perusahaan (Hunter, 2014).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode komparatif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan untuk membandingkan potensi yang dimiliki oleh industri batik yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Data kualitatif yang dibutuhkan dapat dirinci sebagai berikut: 1) Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh industri batik; 2) Peluang dan ancaman yang dihadapi oleh industri batik; 3) Komitmen pengusaha untuk menjalankan usahanya; dan 4) Kompetensi pengusaha batik.

Fokus penelitian ini meliputi : 1) Aspek-aspek internal yang menjadi kekuatan bagi usaha; 2) Aspek-aspek internal yang menjadi kelemahan bagi usaha; 3) Aspek-aspek eksternal yang memberi peluang untuk pengembangan

usaha; 4) Aspek-aspek eksternal yang menjadi hambatan untuk mengembangkan usaha; 5) Komitmen pengusaha dalam menjalankan usahanya, dan 6) Kompetensi yang dimiliki oleh pengusaha, yang meliputi pendidikan, pengetahuan tentang bisnis batik, keterampilan, dan pengalaman berusaha.

Sumber data dalam penelitian ini adalah semua pihak yang berkepentingan dan terlibat dalam pengembangan industri batik di Bandar Lampung baik pengusaha, tenaga kerja, dan masyarakat. Usaha batik yang dijadikan objek penelitian ini adalah Siger Roemah Batik dan Rahmat Batik Lampung. Pemilihan kedua usaha ini didasarkan pada fakta bahwa Siger Roemah Batik adalah usaha batik yang bergerak di bidang pengolahan bahan batik dengan produk utama adalah batik tulis. Sedangkan Rahmat Batik Lampung adalah usaha batik yang mengolah produk batik menjadi pakaian siap pakai. Selain itu sumber informasi juga digali dari dokumen-dokumen pemerintah tentang kebijakan pengembangan UKM yang dilakukan oleh pemerintah kota Bandar Lampung.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian kualitatif menggunakan teknik observasi

partisipan dan wawancara serta telaahan dokumen. Hasil pengamatan, wawancara, dan telaah dokumen tersebut kemudian dituangkan dalam manuskrip.

Pemeriksaan keabsahan data kualitatif dilakukan dengan cara triangulasi. Proses pengolahan data ini meliputi: a. mempersiapkan data untuk dianalisis; membaca data; dan c. menganalisis lebih detail dengan meng-*coding data*. Data yang diperoleh melalui penelitian ini dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang telah dikumpulkan, menyederhanakan, difokuskan, diabstraksikan, dan ditransformasikan. Selanjutnya data ditampilkan dengan teks naratif, tabel, matriks, grafik, atau dalam bentuk bagan. Proses ini dilakukan bersamaan dengan melakukan diskusi antara temuan di lapangan dengan teori yang terkait dengan masalah penelitian. Data yang terkait potensi internal dan eksternal selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan besarnya potensi internal dan eksternal yang dimiliki oleh suatu usaha dalam industri batik di Bandar Lampung. Melalui analisis SWOT diperoleh suatu

kesimpulan apakah usaha batik yang diteliti memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut atau tidak.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Potensi Usaha Batik

kawasan Kota Bandar Lampung saat ini terdapat beberapa usaha yang bergerak dibidang batik. Namun dari sekian banyak usaha tersebut, hanya sedikit yang bisa dikategorikan sebagai penghasil produk kain batik. Sebagian besar lainnya masuk dalam kategori pedagang batik baik partai eceran maupun grosir. Dari beberapa usaha yang bergerak sebagai produsen batik di Bandar Lampung, terdapat 2 (dua) usaha pengrajin batik yang menjadi responden dalam penelitian ini, yaitu Siger Roemah Batik dan Rahmad Batik Lampung. Deskripsi dari potensi usaha dari kedua usaha batik ini adalah sebagai berikut:

1. Siger Roemah Batik

a. Kompetensi Sumberdaya Manusia

Laila Al Husna adalah pengusaha yang terlahir dari keluarga pengusaha batik, sehingga memiliki pengetahuan yang sangat memadai tentang batik. Pengetahuan dan keterampilan dalam membatik sudah diperoleh Laila sejak kecil. Meskipun hanya berpendidikan formal tamatan sekolah kejuruan namun

tekad Laila untuk mengembangkan usaha batik sangat kuat. Hal ini dibuktikan dengan program pelatihan yang diberikan kepada masyarakat sekitar dan karyawannya sehingga mereka dapat bekerja sesuai dengan arahan Laila. Selain memiliki galeri, Laila juga mendirikan tempat pelatihan bagi orang-orang yang ingin belajar membatik sehingga mereka bisa membuka usaha batik tulis sendiri dan melestarikan batik Lampung. Saat ini Roemah Batik Siger telah melatih 400 orang dalam membuat batik tulis.

Saat ini jumlah pekerja Roemah Batik Siger berjumlah 30 orang dan beberapa diantaranya mengerjakannya di rumah masing-masing. Secara umum dapat dikatakan bahwa semua karyawan Roemah Batik memiliki kompetensi yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Dalam mengelola pegawainya, Laila menerapkan spesialisasi sehingga setiap pekerja hanya melakukan tugas-tugas yang sesuai dengan keahliannya.

b. Sumberdaya Finansial

Modal kerja yang digunakan untuk menjalankan usaha Siger Roemah Batik berasal dari modal pemilik sehingga tidak adakewajiban untuk membayar bunga. Selain untuk menggunakan modal sendiri, Laila juga mendapatkan bantuan dana dari

Pemda berupa Hibah dari Kementerian Perindustrian dan Perdagangan.

c. Produk

Produk yang dihasilkan oleh Siger Roemah Batik memiliki kualitas yang tinggi karena manajemen mutunya sudah dimulai sejak dari pemilihan bahan baku. Produk yang dihasilkan Siger Roemah Batik adalah batik tulis yang bahan bakunya dikirimkan dari Solo. Kondisi sumber bahan baku yang sangat jauh dari lokasi pabrik ini menjadi hambatan bagi pengembangan usaha karena sangat tergantung pada pengiriman dari Jawa. Alat dan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan batik tulis masih terbilang sederhana. Dalam menghasilkan produk batik tulis, Siger Roemah Batik masih menggunakan peralatan seperti kompor, wajan, canting, kain mori atau kain katun, lilin, dan pewarna. Namun saat ini usaha batik ini mulai memasuki teknologi yang lebih baru dengan menggunakan kompor listrik dan teknik pewarnaan yang menggunakan sate busa. Sebelumnya, untuk menghasilkan batik tulis, Siger Roemah Batik menggunakan kompor tanah liat dengan bahan bakar arang.

d. Kemampuan Pemasaran

Siger Roemah Batik memiliki pasar yang luas dan besar sehingga untuk waktu-waktu tertentu mengalami kesulitan untuk memenuhi pesanan

konsumen. Konsumen produk Siger Roemah Batik terdiri kelas menengah dan kelas atas yang terdiri atas para pejabat daerah. Selain menggunakan metode eceran, Siger Roemah Batik juga menjual produknya dalam partai besar untuk dijual kembali oleh konsumen. Dari sisi harga, Siger Roemah Batik menetapkan harga yang lebih tinggi di dibandingkan produk sejenis yang dijual oleh pesaing. Harga produk batik tulis Siger Roemah Batik berkisar antara Rp 250.000,00– Rp 1.500.000,00. Karena kualitasnya yang bagus dan promosi Word of Mouth yang intensif maka produk hasil karya Siger Roemah Batik ini sudah mulai dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Bandar Lampung.

2. Rahmat Batik Lampung

a. Kompetensi Sumberdaya Manusia

Dilihat dari jenjang pendidikan, pemilik usaha Rahmat Batik Lampung cukup berpendidikan karena memiliki ijazah sarjana. Meskipun jenjang pendidikan formal yang dimiliki pemilik adalah di bidang pertanian, namun pemilik telah mengikuti berbagai pelatihan dalam rangka pengembangan usahanya. Ketekunan pengusaha dalam menjalankan usahanya terlihat dari komitmennya dalam membuka dan menutup usahanya. Setiap harinya, Rahmat Batik Lampung dibuka pada pukul 09.00.

Rahmat Batik Lampung memiliki karyawan yang cukup banyak yaitu 76 orang yang rata-rata berpendidikan SMA atau sederajat. Sebelum dipekerjakan di usaha batik ini, karyawan dilatih untuk melakukan berbagai jenis pekerjaan sehingga terampil dalam bekerja, baik dalam inovasi produk maupun dalam pengerjaan batik pesanan pelanggan. Meskipun memiliki jam kerja yang telah ditetapkan, namun beberapa karyawan masih terlambat dalam memulai pekerjaan yang menunjukkan kurangnya disiplin karyawan.

b. Sumberdaya Finansial

Permodalan Rahmat Batik Lampung selain berasal dari modal pemilik juga didukung oleh modal perbankan.

c. Produk

Untuk memproduksi batik, Rahmat Batik Lampung mendapat pasokan bahan baku dari Jawa. Jauhnya jarak tempuh ini mengakibatkan hambatan bagi usaha Rahmat Batik Lampung berupa keterlambatan bahan baku untuk diproduksi. Meskipun demikian, bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan produk batik adalah bahan baku yang berkualitas. Rahmat Batik Lampung membuat desain produk dengan menggunakan teknologi komputer. Untuk mendukung penerapan teknologi ini,

pemilik usaha memberikan pelatihan kepada seluruh karyawannya untuk menggunakan teknologi komputer. Sehingga dapat dikatakan bahwa teknologi produksi yang digunakan sudah termasuk dalam kategori maju. Meskipun demikian, dilihat dari sisi kreatifitas, produk yang dihasilkan terkesan kurang kreatif karena hanya menghasilkan pakaian dinas PNS dan pakaian kerja, dan kemeja batik yang biasa digunakan.

d. Kemampuan Pemasaran

Rahmat Batik Lampung memiliki kemampuan pemasaran yang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan daya serap produk yang cukup tinggi, mudah diterima konsumen, dan akses pasar yang mudah dijangkau. Harga produk yang bersaing juga menjadi kunci pemasaran produk Rahmat Batik Lampung. Dengan kualitas yang hampir sama dengan produk sejenis dari pesaing, Rahmat Batik Lampung bisa memberikan harga yang lebih murah dibanding harga pesaing.

Potensi Internal dan Eksternal

Potensi internal usaha Siger Roemah Batik dan Rahmad Batik Lampung disajikan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Potensi Internal dan Eksternal Usaha Siger Roemah Batik dan Rahmad Batik Lampung

Aspek	Siger Roemah Batik	Rahmat Batik Lampung
Kekuatan	1. Kompetensi SDM sangat baik dan terlatih	1. Kompetensi SDM cukup baik dan terlatih

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Modal usaha merupakan modal sendiri 3. Menghasilkan produk yang berkualitas 4. Memiliki saluran pemasaran yang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Ketersediaan sumber modal dari perbankan 3. Menghasilkan produk yang berkualitas 4. Memiliki saluran pemasaran yang luas 5. Teknologi produksi berbasis komputer. 6. Sudah ada izin usaha
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarak rumah produksi dengan sumber bahan baku sangat jauh. 2. Harga produk lebih tinggi dari harga pesaing 3. Teknologi masih sederhana 4. Pemasaran masih konvensional dan belum dipasarkan secara online 5. Ketergantungan pada ekspedisi bahan baku 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarak rumah produksi dengan sumber bahan baku sangat jauh. 2. Harga produk lebih tinggi dari harga pesaing 3. Pemasaran masih konvensional dan belum dipasarkan secara online 4. Ketergantungan pada ekspedisi bahan baku
Peluang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar produk masih terbuka luas. 2. Kebijakan pemerintah daerah tentang pemakaian batik oleh pegawai dan pelajar. 3. Belum banyak pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar produk masih terbuka luas. 2. Kebijakan pemerintah daerah tentang pemakaian batik oleh pegawai dan pelajar.
Ancaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki izin usaha 2. Munculnya pesaing baru 	Munculnya pesaing baru.

Berdasarkan potensi internal dan eksternal di atas maka dilakukan analisis SWOT untuk melihat seberapa besar potensi internal dan eksternal dari kedua usaha batik ini. Penilaian pada semua aspek memiliki rentang nilai 1 sampai dengan 10. Untuk Aspek kekuatan dan

peluang, semakin besar nilai yang diberikan menunjukkan besarnya kekuatan dan peluang yang dimiliki. Sebaliknya untuk aspek kelemahan dan ancaman, semakin besar kelemahan dan ancaman, semakin kecil nilai yang diberikan. Bobot diberikan sesuai dengan tingkat kepentingan indikator. Skor merupakan hasil perkalian antara nilai dan bobot. Analisis SWOT untuk kedua usaha batik ini adalah sebagai berikut:

Analisis SWOT Siger Roemah Batik

No	Indikator	Nilai	Bobot	Skor
1	Kekuatan :			
	1. Kompetensi SDM	8	0,15	1,20
	2. Ketersediaan modal usaha.	8	0,10	0,80
	3. Kualitas produk	8	0,15	1,20
	4. Memiliki saluran pemasaran yang sudah dikenal	8	0,10	0,80
	Jumlah		0,50	4,00
2	Kelemahan :			
	1. Jarak sumber bahan baku dan rumah produksi.	4	0,07	0,28
	2. Teknologi yang digunakan	4	0,10	0,40
	3. Harga produk	3	0,10	0,30
	4. Pemasaran masih konvensional	4	0,15	0,60
	5. Ketepatan penyediaan bahan baku	6	0,08	0,48
	Jumlah		0,50	2,06
Total Potensi Internal				6,06
3	Peluang :			
	1. Serapan pasar atas produk	8	0,25	2,00
	2. Kebijakan pemerintah.	8	0,15	1,20
	3. Jumlah pesaing di industri yang sama	9	0,10	0,90
	Jumlah		0,50	4,10
4	Ancaman :			
	1. Perizinan usaha	3	0,40	1,20
	2. Munculnya pesaing baru	6	0,10	0,60
	Jumlah		0,50	1,80
Total potensi eksternal				5,90

Analisis SWOT Rahmat Batik Lampung

No	Indikator	Nilai	Bobot	Skor
1	Kekuatan :			
	1. Kompetensi SDM	8	0,08	0,64
	2. Ketersediaan modal usaha.	7	0,08	0,56
	3. Kualitas produk	6	0,08	0,48
	4. Memiliki saluran pemasaran yang luas.	8	0,10	0,80
	5. Teknologi produksi berbasis komputer.	8	0,8	0,64
	6. Sudah ada izin usaha			
	Jumlah		0,50	3,75
2	Kelemahan :			
	1. Jarak sumber bahan baku dan rumah produksi.	4	0,10	0,40
	2. Harga produk	3	0,15	0,45
	3. Pemasaran masih konvensional	4	0,15	0,60
	4. Ketepatan penyediaan bahan baku	6	0,10	0,60
	Jumlah		0,50	2,05
Total Potensi internal				5,80
3	Peluang :			
	1. Serapan pasar atas produk	8	0,25	2,00
	2. Kebijakan pemerintah.	8	0,15	1,20
	3. Jumlah pesaing di industri yang sama	9	0,10	0,90
	Jumlah		0,50	4,10
4	Ancaman :			
	1. Munculnya pesaing baru	6	0,50	3,00
	Jumlah		0,50	3,00
Total potensi eksternal				7,10

Berdasarkan analisis SWOT di atas dapat dilihat bahwa potensi eksternal dari usaha Siger Roemah Batik (SRB) adalah 5,90 dan potensi internalnya adalah 6,06.. Sedangkan potensi eksternal yang dimiliki oleh usaha Rahmat Batik Lampung (RBL) adalah 7,10 dan potensi internalnya adalah 5,80. Berdasarkan analisis SWOT di atas dapat dilihat bahwa potensi eksternal yang dimiliki oleh usaha Rahmat Batik Lampung (RBL) lebih besar dibandingkan dengan SigerRoemah Batik. adalah 7,10

dan potensi internalnya adalah 5,80. Lebih besarnya potensi eksternal dari Rahmad Batik Lampung disebabkan karena usaha ini telah memiliki izin usaha sehingga ancaman ketidakpastian usaha menjadi kecil. Berbeda dengan Siger Roemah Batik yang belum memiliki izin usaha, keyidakpastian usahanya sangat tinggi karena selalu ada ancaman penutupan karena belum ada izin. Sedangkan dari sisi potensi internal, Siger Roemah Batik lebih baik dari pada Rahmad Batik Lampung. Hal ini disebabkan karena sumber permodalan usaha Siger Roemah Batik adalah modal sendiri sehingga tidak ada kewajiban membayar bunga. Hal ini berbeda dengan Rahmad Batik Lampung yang lebih mengandalkan modal dari perbankan.

D. Prioritas Pengembangan Usaha Batik di Bandar Lampung

Berdasarkan potensi internal dan eksternal yang dimiliki oleh kedua usaha batik di atas maka prioritas pengembangan usaha batik ini dapat ditampilkan dalam bentuk matrik berikut:

		Potensi eksternal		
		Besar	Sedang	Rendah
Potensi Internal	Besar	7 A	4 B	1 C
	Sedang	D RBL * (6,06;7,1)	E *SRB (5,80;5,90)	F
	Rendah	G	H	I

Usaha yang potensial untuk dikembangkan adalah yang memiliki potensi eksternal dan internal yang besar. Dalam konteks bisnis yang berorientasi pasar, usaha yang memiliki potensi eksternal yang sedang dan besar (skor 4 – 10) lebih diprioritaskan untuk dikembangkan meskipun potensi internalnya sedang atau bahkan rendah (1 – 7). Dengan demikian urutan prioritas usaha yang berpotensi untuk dikembangkan adalah usaha yang ada kotak A; B; D; E; dan G. Usaha yang berada di kotak C; F; H; dan I tidak diprioritaskan karena potensi eksternal yang dimiliki kecil sehingga akan sulit dikembangkan meskipun memiliki potensi internal yang sedang. Hal ini berarti bahwa usaha batik yang lebih potensial untuk dikembangkan adalah usaha batik Rahmat Batik Lampung yang berada pada kotak karena meskipun memiliki potensi internal sedang namun potensi eksternalnya besar. Sedangkan

usaha batik Siger Roemah Batik memiliki potensi yang lebih kecil karena berada di kotak E dengan potensi internal dan eksternal yang sedang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Industri batik mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan di Bandar Lampung mengingat besarnya peluang pasar yang ada.
2. Dari dua usaha batik yang diteliti dapat disimpulkan bahwa usaha batik Rahmat Batik Lampung lebih diprioritaskan untuk dikembangkan karena memiliki potensi eksternal yang besar potensi internal sedang. Sedangkan usaha batik Siger Roemah Batik menempati prioritas kedua karena memiliki potensi eksternal dan internal berada pada kategori sedang.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini juga disarankan agar usaha batik Rahmat Batik Lampung dan Siger Roemah Batik mencari solusi yang lebih baik untuk mengatasi masalah sumber bahan baku yang ada di Jawa. Solusi paling rasional

untuk saat ini adalah dengan melakukan strategi pemesanan bahan baku yang lebih awal dengan konsekuensi bertambahnya biaya gudang. Strategi ini juga perlu diperkuat dengan adanya perjanjian kontrak dengan suplayer bahan baku untuk mengirimkan barang secara teratur dengan sistem pembayaran dibelakang. Solusi ini diperkirakan akan bisa mengatasi masalah yang dihadapi oleh usaha batik yang terkait dengan bahan baku. Disamping itu, perlu juga kiranya bagi pemerintah untuk mempermudah proses perizinan usaha sehingga usaha batik yang dijalankan memiliki kepastian hukum dan perlindungan hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2004.
- Halim, Abdul. 2020. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*. GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan p-ISSN: 2621-3842, e-ISSN: 2716-2443 Volume 1, No. 2, 2020
- Henderson, [David R.](#) 2002. [Competitiveness](#). [Concise Encyclopedia of Economics](#) (1st ed.). [Library of Economics and Liberty](#)
- Hunter, G.K. 2014. *Customer business development: identifying and responding to buyer-implied information preferences*, *Industrial Marketing Management*, Vol. 43, No. 7, pp.1204–1215.
- Juliprijanto, Whinarko, Sudati Nur Sarfiah, dan Nuwun Priyono. 2017. *Diskripsi Dan Permasalahan Pelaku Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Ukm Di Desa Balesari, Kecamatan Windusari)* Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan Volume 2 No.2 April 2017
- Kadocsa, György. 2006. *Research of Competitiveness Factors of SME*. Acta Polytechnica Hungarica Vol. 3, No. 4, 2006. Keleti Károly Faculty of Economics, Budapest Tech
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2021. UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia. Siaran Pers HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021. Jakarta, 5 Mei 2021**
- Kind, Sonja & Dodo zu Knyphausen-Aufseß. 2007. *What Is “Business Development”?* – *The Case Of Biotechnology*. Schmalenbach Business Review · April 2007. https://www.researchgate.net/publication/23544914_What_is_Bu

[siness Development -
The Case of Biotechnology](#)

- Porter, M. 1990. *The Competitive Advantage of Nations* (The Free Press, New York, A Division of Macmillan 1990) 855 pp.
- Salim, Amir. 2018. *Peranan UMKM Dalam Perekonomian Nasional*. Jurnal Ekonomika Sharia : Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah Vol 3 No 2 Februari 2018 hal: 23 – 32.
- Scaringella, Laurent. 2018. *Initial and further business development: highlights from business model, open innovation, and knowledge management perspectives*. International Journal Entrepreneurship and Innovation Management, Vol. 22, Nos. 1/2, 2018. p 103 - 125
- Tambunan, Tulus. 2008. *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*. Jurnal Pusat Studi Industri dan UKM
- Thompson, John. L. 2001. *Strategic Management*. 4th edition. London: Thomson Learning.