



**SNKIB I** 20  
**Untar** 11

# SEMINAR NASIONAL KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI BISNIS



**PERAN PERGURUAN TINGGI DALAM MENCIPTAKAN  
ENTREPRENEUR INDONESIA YANG KREATIF, INOVATIF  
DAN HANDAL UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL**

PROSIDING SNKIB I

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA, 15 SEPTEMBER 2011

## **ANALISIS SWOT BAGI PENGUATAN KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBe) PEMBATIK PEREMPUAN DI BAYAT, KLATEN**

**Ninik Probosari, SE, MSi**

[ninik1973@yahoo.co.id](mailto:ninik1973@yahoo.co.id)

**Titik Kusmantini, SE, MSi**

UPN "Veteran" Yogyakarta

### **Abstrak**

Penelitian ini merupakan tindak lanjut dari Program Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Bayat, Klaten, Jawa Tengah dalam rangka meningkatkan taraf hidup buruh pembatik. Hasil dari Program Pemberdayaan Masyarakat ini adalah terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUBe) Batik, dengan anggota 30 orang. Para pembatik menyadari bahwa mereka bisa melakukan lebih daripada hanya sekedar menjadi buruh, karena itulah mereka membentuk kelompok tersebut. Analisis SWOT ( Strength, Weakness, Opportunities and Threats) dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi KUBe ini. Dari hasil analisis SWOT ini dilakukan rencana tindak lanjut bagi penguatan kelompok ini.

Kata kunci: buruh pembatik, Kelompok Usaha Bersama (KUBe), analisis SWOT.

### **I. Pendahuluan**

Kemandirian unit usaha mikro kecil dan menengah sebagai sasaran utama Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) dicanangkan pemerintah daerah sejak diberlakukannya UU No.22 tahun 1999 tentang otonomi daerah. Sejak diberlakukannya UU otonomi daerah tersebut maka pemerintah daerah Klaten yang dahulu (jaman pemerintahan Soeharto) dikenal sebagai lumbung padi nasional mulai mengurangi ketergantungan perekonomian daerah terhadap sektor pertanian. Sejak tahun delapan puluhan pertumbuhan sektor industri sangat signifikan, kondisi ini telah merubah pola pertumbuhan ekonomi secara struktural yang dahului lebih ditopang sektor primer/pertanian (Ishack, 2004),

Perubahan pola pertumbuhan ekonomi secara struktural juga digiatkan di pemerintahan daerah Kecamatan Bayat. Pemerintah mulai mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap kondisi pertanian yang bersifat musiman. Kondisi lahan di wilayah Kecamatan Bayat hampir 75% merupakan lahan tandus (terlebih untuk wilayah selatan yang memiliki debit air sangat terbatas). Hal ini mendorong pemerintah untuk lebih fokus pada pengembangan dan pemberdayaan sektor industri khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah.

Perkembangan industri di Bayat cukup menggembirakan. Beberapa data yang dikutip dari laporan BPS tingkat kabupaten tahun 2008 menunjukkan semakin meningkatnya jumlah unit usaha kecil dan menengah di Bayat (tercatat pada tahun 2007 ada 18 unit usaha, sementara pada tahun 2008 ada 31 unit usaha), menurunnya data migrasi penduduk karena semakin luasnya kesempatan kerja

lokal, peningkatan nilai investasi dan penurunan jumlah KK Miskin di Bayat (tercatat pada tahun 2008 menurun sebesar 9,8%).

Perencanaan program pengembangan daerah di Kecamatan Bayat tahun 2010 difokuskan pada 3 program, yaitu program perbaikan infrastruktur, program pinjaman modal usaha mandiri bagi perempuan serta program peningkatan kualitas hidup. Untuk keberlanjutan pemberdayaan usaha mikro ditingkat kecarnatan sejak tahun 2001 telah dibentuk unit pemberdaya masyarakat mandiri yaitu Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Pandanaran yang memiliki visi "tembayatan mbangun praja mrih raharjaning warga". Salah satu misi atau sasaran kegiatan UPK adalah meningkatkan pemberdayaan masyarakat yang berprespektif gender menuju kemandirian

UPK Pandanaran sebagai unit pengelola kegiatan usaha kecil dan menengah pada tahun 2009 memperoleh bantuan dari Bank Dunia untuk mengembangkan usaha simpan pinjam guna membantu permodalan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Bayat. Bantuan permodalan lebih diutamakan bagi kelompok perempuan usaha kecil dan menengah.

Dari 17 desa di wilayah Kecamatan Bayat, Kecamatan Bayat, Paseban dan Kalikebo dituniuk sebagai desa percontohan. Desa-desa ini mempunyai keunggulan dalam beberapa hal, antara lain: memiliki penduduk terpadat, sebagian besar penduduk memiliki ketrampilan spesifik atau tradisi membuat dan daya kreativitas penduduk tinggi yang diindikasi dengan tumbuhnya berbagai macam unit usaha. Beberapa produk unggulan Bayat seperti batik, kerajinan kayu ukir dan kerupuk rambak.

Produk batik kecamatan Bayat memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menopang pendapatan per kapita daerah. Jumlah pengrajin batik yang terdapat di kecamatan Bayat kurang lebih ada 76 orang. Industri ini mampu memberdayakan hampir 80% penduduk yang ada di Kecamatan Bayat, Paseban, Kalikebo dan sekitarnya, dengan jangkauan pasar yang cukup luas baik nasional ataupun internasional (Nama, Kusmantini, & Muafi, 2009). Sebagian besar pengrajin telah memulai usahanya lebih dari 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa batik merupakan usaha turun temurun atau warisan dari nenek moyang mereka.

Untuk jangka panjang, usaha batik juga memiliki potensi sangat besar. Pengakuan UNESCO pada tahun 2009 bahwa batik sebagai mahakarya budaya yang dimiliki Indonesia memperkuat hal ini.

Dalam rangka mendukung produk batik sebagai world Harritage milik Indonesia maka beberapa permasalahan yang akan diselesaikan adalah pertama, menurut data Disperindag 2007 (Wiyadi dan Trisnawati, 2008) potensi batik Bayat belum populer. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, mengingat daya serap tenaga kerja lokal atas produk tersebut besar.

Permasalahan kedua, nilai tambah atas proses produksi produk batik tersebut belum dapat dinikmati oleh buruh batik yang sebagian besar adalah perempuan. Kendala-kendala yang menghambat mereka kurang menekuni pekerjaan membuat batik sebagai satu celah bisnis untuk memperbaiki kualitas hidup mereka adalah kendala modal, serta masih dianutnya budaya patriarki: masih minimnya

media untuk pengembangan diri dan kesempatan-kesempatan untuk pengembangan potensi diri.

Menurut Camat Bayat, prioritas program jangka pendek yang ditargetkan oleh pemerintah kecamatan yaitu pengembangan industri kecil dan menengah untuk perempuan pengusaha mandiri. Untuk itu pemerintah kecamatan melakukan kepemihakan pada perempuan pengusaha dengan memberikan budget pinjaman modal usaha khusus untuk pengembangan perempuan pengusaha mandiri.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji apakah pembatik perempuan di Kecamatan Bayat selalu mempertimbangkan pemanfaatan peluang yang ada dan selalu mampu mengeliminir ancaman eksternal. Selain itu tujuan lain dari penelitian ini adalah mengkaji sejauh mana para pembatik perempuan mampu mengoptimalkan kekuatan dan memperkecil kelemahan internal yang ada.

Hasil penelitian tersebut juga memiliki kontribusi bagi beberapa pihak pemangku kepentingan antara lain:

1. Bagi Pihak Pemerintahan Daerah Dati 11 Klaten, profil dan hasil analisis matrik strategi SWOT tentang Pembatik perempuan di Bayat dapat dijadikan acuan untuk program penyusunan RIPPDA.

2. Bagi UPK Pandanaran (selaku mitra pembatik) sebagai pihak pengelola dan pemberdayaan usaha mikro di tingkat kecamatan untuk lebih terobsesi membangun jejaring kerjasama guna memperkuat potensi batik sebagai produk unggulan Bayat.

3. Pihak perguruan tinggi atau peneliti yang akan datang, hasil penelitian sebagai acuan dan *roadmap* dalam upaya melakukan pemberdayaan pembatik perempuan di Bayat secara berkelanjutan

## 11. Tinjauan Literatur

### 1. Pemberdayaan Perempuan

Potensi ketrampilan spesifik pembatik perempuan di Kecamatan Bayat menjadi satu tantangan tersendiri, yang secara berkelanjutan perlu didorong untuk menciptakan kesempatan bisnis. Salah satu caranya adalah dengan memberdayakan kelompok pembatik perempuan sehingga mereka mempunyai modal awal untuk memulai bisnis secara kolektif.

Pemberdayaan perempuan **okbenarnya** adalah serangkaian upaya sistematis pemampuan perempuan, untuk meningkatkan kesejahteraan mereka, kesempatan mereka berpartisipasi menjadi pelaku pembangunan, untuk menikmati, juga kesempatan untuk menjadi pengambil keputusan dalam kehidupan ekonomi mereka (Swasono, 2006). Dalam kerangka analisis gender, ada lima tingkat pemberdayaan perempuan yang dikembangkan oleh Sara Longwe, meliputi kesejahteraan, akses, kesadaran kritis, partisipasi, dan kontrol. Tingkat-tingkat pemberdayaan tersebut berhubungan satu sama lain dalam sebuah urutan hirarkis. Strateginya bisa dengan pengorganisasian perempuan dan advokasi kebijakan. Untuk berhadapan dengan negara, perempuan harus memiliki kekuatan kolektif yang bisa diperoleh lewat organisasi perempuan. Karena persoalan perempuan usaha kecil berhubungan erat dengan persoalan kebijakan, maka kritik dan dialog dengan pengambil kebijakan juga sangat penting (Hartini, 2006).

Penguatan ekonomi merupakan *entry point* dalam pemberdayaan perempuan. Politik perempuan bersumber dari pengalaman hidup perempuan sehari-hari dan bertolak belakang dengan realitas sosial yang sudah ada kaum perempuan membuat strategi-strategi politis dan advokasi yang menawarkan alternative terhadap tatanan-ideologi yang dominan. Jadi mereka bertolak dari persoalan ekonomi, tepatnya pemenuhan kebutuhan keluarga.

Dalam penguatan ekonomi perempuan pengusaha kecil, perlu dipikirkan satu persoalan penting yang berkaitan dengan kehidupan keseharian perempuan: ketidakadilan gender-Lemahriya akses terhadap sumber keuangan formal, bahan baku, teknologi produksi, dan pasar adalah bentuk konkrit ketidakadilan gender tersebut. Dengan menggabungkan penguatan ekonomi dan penguatan gender, diharapkan kesempatan perempuan untuk memenuhi kebutuhan spesifik perempuan, seperti pendidikan, perumahan, dan kesehatan semakin besar. Sayangnya kebanyakan pendampingan pada Perempuan Usaha Kecil (PUK) lebih banyak bergerak pada penguatan ekonomi, khususnya usaha mikro. Sangat sedikit yang mengkombinasikannya **dengan pendekatan gender (Hartini, 2006).**

## **2. Pengarusutamaan Gender (PUG)**

Untuk itu strategi pemberdayaan perempuan perlu dikombinasikan dengan pengarusutamaan gender (PUG). PUG adalah strategi untuk mencapai kesetaraan dan keadilan gender. Konsep PUG pertama kali muncul saat Konferensi PBB untuk Perempuan IV di Beijing tahun 1995. Konsep ini telah diadopsi secara resmi di Indonesia sejak tahun 2000 dengan keluarnya Instruksi Presiden atau Inpres no. 9 tahun 2000 (Silawati, 2006). Strategi ini digunakan untuk mencapai kesetaraan dan keadilan gender melalui **kebijakan** dan program yang memerhatikan pengalaman, aspirasi, kebutuhan, serta permasalahan perempuan dan laki-laki. Semua perhatian itu kemudian dimasukkan dalam perencanaan, pemantauan, dan evaluasi seluruh kebijakan dan program-program pemberdayaannya (Hartini, 2006).

Dalam PUG, kebutuhan dan pengalaman perempuan dan laki-laki merupakan bagian yang tak terpisahkan dari desain, implementasi, monitoring, dan evaluasi kebijakan dan program dalam seluruh lingkup politik, ekonomi, dan social. Jadi, **di sini perempuan dan lakilaki samasama mendapatkan keuntungan, sehingga tidak ada lagi ketidakadilan (Silawati, 2006).**

PUG berusaha menghapus ketidakadilan gender dengan menggunakan "rerangka analisis gender", yaitu rerangka konseptual yang menyadari kemungkinan adanya perbedaan kapasitas, potensi, aspirasi, kepentingan, dan kebutuhan antara laki-laki dan perempuan. Strategi ini dirancang untuk menjamin bahwa seluruh proses perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi semua kebijalzan dan program pemberdayaan telah memperhitungkan dimensi gender (Hartini, 2006).

## **3. Keterkaitan faktor lingkungan bisnis dengan keputusan strategi bisnis (Analisis Situasi: SWOT)**

Analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi. Selain itu analisis situasi juga mengharuskan para pengambil keputusan untuk menemukan

kesesuaian antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. Jadi, analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) harus mengidentifikasi kompetensi langka yang dimiliki dan cara unggul yang mereka gunakan (Reed and DeFillipi, 1990). Penggunaan kompetensi langka secara tepat akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hunger&Wheelen, 2003).

Keterkaitan lingkungan bisnis dengan perumusan strategi bukan sebagai sesuatu yang baru, bahkan faktor lingkungan baik lingkungan internal dan eksternal perusahaan akan mempengaruhi tipologi strategi. Misal Amoako et al (2001) menguji keterkaitan strategi operasi dengan lingkungan bisnis, hasil penelitian membuktikan bahwa konsekuensi tingkat persaingan merupakan cerminan lingkungan eksternal akan berdampak pada biaya bisnis dan berpengaruh pada prioritas bersaing dan strategi bisnis. Sementara Swamidass dan Newell (1987) membuktikan antedecensi faktor lingkungan terhadap strategi operasi dan strategi bisnis serta mempunyai konsekuensi pada kinerja. Dan untuk keberlanjutan hidup perusahaan, maka setiap perusahaan perlu melakukan scanning environment sebagai basis perumusan strategi perusahaan.

Penelitian lain yang menguji keterkaitan lingkungan — strategi-kinerja bisnis adalah penelitian Luo (1999) dan hasilnya adalah kesesuaian faktor lingkungan bisnis dengan pilihan strategi bersaing akan menciptakan kinerja keuangan perusahaan. Pendekatan kontijensi memberikan makna bahwa kondisi lingkungan eksternal ataupun internal perusahaan akan sangat berpengaruh pada keputusan tipologi strategi, jika keputusan tersebut ada kesesuaian atau disebut *configuration* maka akan menciptakan kinerja lebih baik.

Hermawanto (2005) meneliti faktor lingkungan eksternal dan internal yang dipertimbangkan perusahaan dalam perumusan strategi dan terbukti berpengaruh pada kinerja perusahaan, faktor-faktor lingkungan eksternal terdiri dari pemasok, pembeli, kondisi ekonomi, peranan pemerintah, pesaing. Sementara faktor-faktor internal mencerminkan kapabilitas perusahaan pada beberapa area fungsional perusahaan seperti pemasaran, produksi, keuangan dan operasi atau proses produksi serta kapabilitas teknologi. Dari beberapa penelitian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan analisis lingkungan dan tipologi keputusan strategi yang tepat memerlukan proses *scanning environment*, karena setiap perusahaan akan menghadapi kondisi lingkungan bisnis yang berbeda-beda baik lingkungan internal ataupun eksternal perusahaan. Kesalahan perumusan strategi akan berdampak **fatal** bagi perusahaan, karena adanya keputusan yang *misfit* (tidak ada kesesuaian) antara faktor lingkungan dengan strategi bisnis.

### III. Metode Penelitian

Sesuai perumusan dan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori atau penelitian penjelasan. Acuan utama dalam penelitian eksplanatori adalah sistem pengembangan strategi yang mengacu kepentingan jangka panjang (Umar, 1999).

Populasi adalah seluruh pembatik perempuan di Bayat, sedangkan untuk sampelnya dipilih pembatik perempuan di tiga desa di wilayah kecamatan Bayat,

yakni desa Jarum, Paseban dan Kalikebo. Alasan memilih tiga desa dari 17 desa di Kecamatan Bayat adalah bahwa desa Jarum, Paseban dan Kalikebo merupakan sentra batik yang potensial untuk dikembangkan.

Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam dengan kelompok terfokus (*Focused-Grouped Discussion*), antara lain dengan pembatik langsung, perangkat desa di tiga desa dan pengelola paguyuban batik yang ada di wilayah Bayat. Untuk memperoleh gambaran tentang kekuatan, kelemahan, tantangan dan ancaman secara mendalam telah dilakukan kegiatan studi banding ke sentra batik "Giriloyo" Kabupaten Bantul dimana para pembatik di sana telah berhasil dan eksis mengembangkan usaha kelompok.

#### **IV. Hasil penelitian**

##### **1. Karakteristik atau profil SDM**

Kebanyakan para pembatik perempuan yang menjadi responden dalam penelitian ini merupakan lulusan sekolah **dasar (SD)** dan Sekolah Menengah Pertama (SMP), dengan rentang usia antara 25 - 45 tahun. Kebanyakan mereka memiliki status sosial ibu rumah tangga dan buruh batik. Untuk pengalaman membatik mereka dapatkan dari keahlian turun temurun, jadi ketrampilan yang mereka miliki merupakan ketrampilan otodidak warisan dari para penadulu mereka. Kegiatan yang selama ini sudah dilakukan selain membatik adalah hanya sekedar membuat pola saja, mewarnai pola batik. Untuk ketrampilan pemasaran didapatkan dari para juragan batik, bagi mereka yang menjadi buruh batik. Kebanyakan dari pembatik adalah ibu rumah tangga, sedangkan pembatik yang masih belum berkeluarga kebanyakan mereka merantau sebagai buruh batik di luar daerah, yakni di Yogyakarta dan Surakarta. Kemampuan mereka membatik menjadi modal tersendiri sehingga mereka sangat diminati oleh para juragan batik di luar daerah. Hasil batikan dari pembatik kecamatan Bayat terkenal halus dan rapi.

Berkaitan dengan proses penyelesaian pekerjaan membatik, para pembatik perempuan ini ada yang dikerjakan di rumah dalam arti bahwa proses membatik dilakukan secara borongan, dimana bahan baku dan desain merupakan pesanan dari para juragan batik. Pembatik tidak perlu keluar rumah untuk kegiatan ini, bahan baku diantar dan jika sudah selesai akan diambil oleh juragan batiknya. Yang kedua adalah ada yang menjadi buruh artinya proses membatik diselesaikan di tempat kerja (di tempat juragan batik). Dalam hal ini buruh batik bekerja selama 8 jam kerja. Para buruh batik berangkat pagi dan pulang sore. Di tempat kerja tersebut mereka mengerjakan proses batik mulai dari pembuatan pola hingga batik selesai. Atau bekerja sesuai kebutuhan yang ada di tempat kerja mereka.

##### **2. Potret potensi yang bisa dikembangkan untuk merintis inkubator kelompok usaha.**

Dari penelitian yang dilakukan ditemukan potensi pembatik perempuan yang ada di kecamatan Bayat. Beberapa diantaranya adalah para pembatik memiliki *self esteem* dalam upaya perbaikan ekonomi rumah tangga dan *self efficacy* yang merupakan modal dalam rangka perintisan usaha kelompok. Selain

*soft skills* tersebut terdapat juga potensi akan ketrampilan-ketrampilan khusus yang dimiliki diantaranya adalah bahwa pembatik perempuan ini memiliki ketrampilan membatik yang mereka dapatkan secara turun menurun, juga kemampuan berkomunikasi mereka juga cukup bagus sehingga bisa menjadi modal untuk berkembang. Pengetahuan mereka tentang pengarusutamaan gender (PUG), dukungan keluarga dan dukungan perangkat desa merupakan potensi tersendiri yang akan semakin mendorong mereka untuk berkembang dan mewujudkan kelompok usaha bersama.

### **3. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi**

Potret permasalahan yang terekam dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa untuk mendukung terwujudnya kelompok usaha bersama, pembatik perempuan ini menemui beberapa kendala. Pertama, lemahnya struktur permodalan dan kurangnya akses kepada sumber pembiayaan. Selama ini akses permodalan hanya dikuasai oleh para juragan batik. Kedua, pembatik perempuan terkendala oleh bahan baku, dalam hal ini pembatik tidak tahu bagaimana dan dimana mereka bisa mendapatkan bahan baku yang berkualitas (kain mori, malem, pewarna dan lain-lain) namun harganya terjangkau (murah). Ketiga, Kurangnya akses pasar ke pasar yang potensial. Karena selama ini mereka hanya sebagai buruh batik atau pembatik borongan, maka tentu saja mereka sangat kurang penguasaan mengenai akses pemasaran. Pembatik hanya mengetahui prosesnya, namun tidak mengetahui bagaimana batik-batik tersebut dipasarkan. Keempat, kemampuan inovasi rendah. Dalam hal ini pembatik perempuan ini hanya terkonsentrasi pada motif-motif tradisional dan standar, belum ada kreativitas terhadap jenis dan motif batik yang lebih modern. Kelima, penguasaan Teknologi Informasi rendah, sehingga akses pemasaran hanya lewat mulut ke mulut, belum memanfaatkan teknologi informasi (internet).

### **V. Diskusi**

Analisis faktor lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan matrik SWOT (Analisis Matrik Strategi SWOT) akan menghasilkan 4 alternatif strategi antara lain: (1) strategi kombinasi S-O; (2) Strategi kombinasi W-O; (3) Strategi kombinasi S-T dan (4) Strategi kombinasi W-T. Kajian lingkungan internal dan eksternal menggunakan data hasil wawancara dengan pembatik perempuan dan perangkat desa serta unit pengelola kegiatan (UPK). Tabel 1 menyajikan analisis matrik SWOT dan 4 strategi yang merupakan alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh pembatik perempuan di Bayat

**Tabel 1. Matrik SWOT Upaya Perintisan Kelompok Usaha Bacit Pematik Perem uan Ba at**

Lingkungan Internal	<p><i>Strengths (S)</i></p> <p>1. Ketrampilan spesitik, turun temurun</p> <p>2. <i>Self esteem</i> tinggi.</p> <p>3. Peralatan murah</p> <p>4. <i>Self efficacy</i> tinggi</p> <p>5. Modal sosial atau komunikasi antar pembatik baik</p> <p>6. Etos kerja tinggi</p>	<p><i>Weaknesses (W)</i></p> <p>1. Akses modal minim</p> <p>2. Akses informasi rendah</p> <p>3. Pengetahuan proses penciptaan nilai tambah masih kurang</p> <p>4. Lokasi desa tidak strategis</p>
Lingkungan Eksternal	<p><i>Opportunities (O)</i></p> <p>1. Dukungan keluarga.</p> <p>2. Dukungan <b>Pangkat</b> desa</p> <p>3. Aktifnya <b>dukun</b> lembaga pemberdaya perempuan setempat (PNPM Mandiri Bayat)</p> <p>4. Implementasi otonomi daerah</p> <p>5. Penghargaan UNESCO batik sebagai mahakarya Indonesia menjadi spirit berkarya.</p> <p>6. Kebijakan pro usaha kecil berbasis pe'empuan semakin luas</p>	<p>Strategi S-O, yaitu strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan kesempatan</p> <p>Strategi O-W, yaitu strategi mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan kesempatan</p>
	<p><i>Threats (T)</i></p> <p>1. Rendahnya Tingkat upah</p> <p>2. Akses pembatik perempuan (buruh) tentang pengetahuan proses produksi dan produk lemah</p> <p>3. Pengetahuan tentang praktik bisnis lemah</p> <p>4. Akses informasi pemasok bahan baku kurang</p> <p>5. Tingkat inflasi</p> <p>6. Penguasaan teknologi informasi rendah</p>	<p>Strategi T-S, yaitu strategi menggunakan kekuatan untuk mencegah ancaman</p> <p>Strategi T-W, yaitu strategi dengan mengurangi kelemahan dengan mencegah ancaman.</p>

Upaya pemberdayaan mikro dinilai sangat strategis, meskipun kontribusi pembatik perempuan ke perekonomian nasional kurang signifikan tetapi karena keunggulan daya serap tenaga kerja lokal di sektor industri mikro sangat besar maka penguatan kapabilitas sangat diperlukan. Menurut DI (KR, Juli 2011) mengidentifikasi kendala-kendala potensial yang sering muncul dalam proses pemberdayaan pembatik perempuan, kendala-kendala tersebut antara lain: rendahnya kualitas SDM, rendahnya produktifitas kerja, kurangnya inovasi dan

adopsi teknologi baru, lemahnya struktur permodalan dan akses pembiayaan, dan kurangnya kases pemasaran ke pasar yang potensial.

Berdasarkan matrik SWOT dihasilkan empat alternatif strategi untuk pengembangan KUBe Pambatik perempuan di Kecamatan Bayat, pertama strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki pambatik perempuan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada di lingkungan eksternal. Meningkatkan profesionalisme bisnis berbasis ketrampilan spesifik yang dimiliki pengrajin ataupun karyawannya akan menumbuhkan semangat baru untuk berkarya dan melakukan revitalisasi usaha sehingga daya saing industri batik lebih unggul dibanding negara lain. Keunggulan-keunggulan internal seperti etos kerja atau semangat berwirausaha yang tinggi akan membuka peluang seluas-luasnya bagi lembaga pemerintah ataupun UPK Pandanaran selaku pembina pengelolaan usaha mikro dan kecil di Bayat untuk memberdayakan pambatik perempuan lebih kompetitif.

Alternatif strategi kedua adalah strategi mengurangi unsur-unsur kelemahan internal pambatik perempuan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada (strategi W-O), misalnya unsur kekurangan akses modal dapat ditutupi dengan adanya kesempatan bantuan permodalan, hal ini sangat membantu pambatik untuk mengembangkan usaha dan memperluas jangkauan pasar tidak lagi menggunakan gethok tular atau promosi dari mulut ke mulut, tetapi upaya pemasaran dilakukan dengan berbasis teknologi informasi. Perkembangan internet juga dapat dimanfaatkan untuk membantu pambatik perempuan membangun modal sosial dengan sesama pambatik di luar daerah, membangun komunikasi dan berbagi informasi dengan *stakeholders* (pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan bisnis batik). Adanya sistem informasi yang bersifat *open sources* mendorong komitmen Deperindagkop untuk mendorong proses perencanaan bisnis lebih profesional dengan berbadan hukum.

Alternatif strategi yang ketiga adalah strategi yang mengkombinasikan faktor lingkungan *Threats-ditrenghs* (T-S) atau strategi untuk menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki pambatik perempuan untuk menghadapi ancaman yang berasal dari lingkungan luar. Tradisi membatik yang bersifat turun temurun yang didukung semangat berwirausaha yang baik akan menjadi sumber untuk menciptakan keunggulan bersaing yang bisa berkelanjutan, sehingga pambatik perempuan di Bayat mampu meminimalisir dampak tingkat kebaruan produk batik yang sangat intens. Intensitas kebaruan produk batik tersebut disebabkan tingkat persaingan di industri batik sangat tinggi, perubahan *trend fashion* juga berpengaruh pada perubahan desain, motif dan warna sehingga pengrajin dengan berbasis keunggulan spesifik ketrampilan mampu meningkatkan inovasi secara berkelanjutan. Keunggulan Pambatik perempuan dalam menyediakan SDM yang terampil di wilayah tersebut akan berpengaruh pada efisiensi produksi sehingga produk batik lokal mampu bersaing dengan produk batik impor. Fenomena di pasar, seperti membanjirnya produk-produk batik dari Cina dan Malaysia menjadi ancaman, untuk itu upaya penguatan pambatik dan pelaku usaha lokal khususnya usaha mikro sangat diperlukan.

Alternatif strategi terakhir yang bisa di implementasikan adalah strategi mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada di lingkungan internal untuk

mengurangi ancaman yang bersumber dari lingkungan eksternal (*Threats-Weakness/Strategi T-W*). Misalnya untuk meminimalisir ancaman datangnya era perdagangan bebas maka perlu ada upaya untuk mengurangi kelemahan pembatik perempuan dalam akses pengetahuan dan informasi tentang produk pesaing dan tuntutan pelanggan (*customer voice*). Upaya pemberdayaan kapasitas pembatik dalam meminimalkan kendala pengelolaan bisnis berbasis teknologi informasi sangat diperlukan. Penguasaan teknologi informasi juga dapat dimanfaatkan untuk menghilangkan keterbatasan lokasi desa yang kurang strategis, karena dengan menggunakan media internet upaya untuk mempopulerkan batik sebagai produk unggulan Kecamatan Bayat ke pasar nasional ataupun internasional sangat besar.

## VI. Kesimpulan

1. Karakteristik usaha batik di sentra kecamatan Bayat umumnya berskala kecil, sebagian besar telah beroperasi lebih dari 10 tahun dan umumnya merupakan usaha turun menurun yang dikelola secara tradisional, meskipun ada beberapa usaha batik yang dirintis baru. Keunikan industri batik di Bayat adalah sebagian besar pembatik belum bisa optimalkan nilai tambah atas produk yang dihasilkan, karena umumnya mereka menghasilkan produk batik setengah jadi untuk dijual ke pedagang batik di Solo ataupun Yogyakarta.
2. Kegiatan pemasaran dilakukan dengan cara promosi dari mulut ke mulut.
3. Perencanaan dan pengembangan usaha selalu didasarkan pada aspek intuisi, tidak pernah mengkaji faktor-faktor lingkungan eksternal.
4. Kapabilitas produksi sudah mulai mempertimbangkan aspek kualitas, tetapi kemampuan pengembangan desain, motif dan warna masih terdoktrin pada motif tradisional.
5. Kapabilitas teknologi masih minim, sehingga upaya untuk akses informasi dan pengetahuan tentang pasar, perubahan tuntutan pelanggan dan isu tren fashion tidak pernah dilakukan pembatik.
6. Kapabilitas SDM, umumnya SDM memiliki ketrampilan membatik sejak dari kecil sehingga potensi untuk dikembangkan lebih profesional sangat besar.
7. Keunikan produk batik yang dihasilkan menggunakan tiga bahan baku , sehingga produk batik, yang dihasilkan berupa batik kain (baik batik tulis ataupun sintetis); batik kayu dan batik kulit (seperti produk kerajinan wayangkulit dan kerajinan batik lain dengan berbahan baku dari kulit kambing/kerbau).

## VII. Daftar Pustaka

- Amoako, K., Gyampah & Boye, S.S., (2001). Operation strategy in an emerging economy: The case of Ghanaian Manufacturing Industry. *Journal of Operation Management*, 19
- Hartini, T. (2006). Pengarusutamaan gender dan pemberdayaan perempuan. *Jurnal Perempuan*, 50: 77-85.
- Hunger, J. D. & Wheelen, T. (2003). *Manajemen strategis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Ishack (2004). Profil sukses sektor industri di Klaten, *Usahawan*, XVI/IV, pp. 11-29
- Luo, Y. (1999). Environment-strategy-performance relations in small business in China: A case of township and village enterprises in Southern China. *Journal of Small Business Management* 37, Milwaukee: Jan 1999
- Nama, I. K., Kusmantini, T. & Muafi (2010). Pembelajaran pemberdayaan usaha mikro oleh mahasiswa KKN PPM: Pola pemberdayaan one village one product.
- R. Reed & R.J. DeFillipi, (1990). Causal ambiguity, barriers to imitation, and sustainable competitive advantage. *Academy of Management Review*, 89-90.
- Silawati, H. (2006). Pengarusutamaan gender: Mulai dari mana? *Jurnal Perempuan*, 50: 19-32,
- Swamidass, P.M., Newell, W.T., (1987). Manufacturing strategy, environmental uncertainty and performance: A path analytical Model. *Management Science*, 33 (4)
- Swasono, M. H. (2006). Perempuan harus mendapatkan kesetaraan, keadilan, juga perlindungan. *Jurnal Perempuan*, 50: 106-114.
- Umar, H. (1999). *Metodologi penelitian dan aplikasi dalam pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

