

**NASKAH PUBLIKASI**

**ANALISIS PRIORITAS STRATEGI INDUSTRI KREATIF FESYEN BATIK  
MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)  
DENGAN METODE SWOT DAN AHP  
(Studi Kasus: Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta)**



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Diajukan Oleh:  
Shinta Arisanti  
D 600.110.024**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

### **ANALISIS PRIORITAS STRATEGI INDUSTRI KREATIF FESYEN BATIK MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) DENGAN METODE SWOT DAN AHP**

Naskah Publikasi Ini Telah Diterima Dan Disyahkan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan Studi Strata I (SI) Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada hari/tanggal:

Disusun oleh:

**Nama** : Shinta Arisanti  
**NIM** : D 600 110 024  
**Jurusan** : Teknik Industri  
**Fakultas** : Teknik

Mengesahkan:

Pembimbing I



(Ahmad Kholid Alghofari, ST., MT)

Pembimbing II



(Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc)

**ANALISIS PRIORITAS STRATEGI INDUSTRI KREATIF FESYEN BATIK  
MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)  
DENGAN METODE SWOT DAN AHP**

**Shinta Arisanti<sup>1</sup>,**

**Ahmad Kholid Alghofari<sup>2</sup>, Ida Nursanti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Teknik Industri UMS, <sup>2</sup>Dosen Teknik Industri UMS

Jalan Ahmad Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura 57102 Telp (0271) 717417

Email: shintas.arisanti@gmail.com

**ABSTRAK**

*Indonesia saat ini sedang menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), sehingga pemerintah perlu mempersiapkan diri merumuskan langkah-langkah strategis khususnya pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) industri kreatif. Mengingat banyak sekali IKM industri kreatif kesenian fesyen batik salah satunya di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. Kelurahan Sondakan merupakan salah satu pusat sentral produksi batik yang sudah dikenal di Kota Surakarta. Walaupun proses produksinya masih secara tradisional banyak produk yang berkualitas bagus yang dihasilkan. Dengan industri kreatif fesyen batiknya tentunya Kelurahan Sondakan sangat berpeluang sekali dalam ikut serta MEA, sehingga perlu adanya langkah strategi kerjasama antara IKM Batik, pengusaha swasta dan peranan pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk menggali tentang informasi isu-isu MEA dan menganalisis mengenai kesiapan industri kreatif di Kelurahan Sondakan. Selain itu dalam penelitian ini menggunakan metode SWOT untuk mengetahui kesiapan dan mendapatkan strategi yang diperlukan IKM Batik di Kelurahan Sondakan, serta mendapatkan prioritas strategi yang diperlukan IKM Batik dengan metode AHP. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa posisi IKM-IKM Batik di Kelurahan Sondakan adalah moderate attractive yang diartikan sebagai strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal yaitu kegiatan mengembangkan IKM Batik dengan cara saling bekerjasama antar IKM Batik, pengusaha swasta dan pemerintah. Dimana hasil prioritas menunjukkan bahwa strategi WT yaitu kegiatan yang bersifat defensif yang sangat berpengaruh dalam pengembangan seperti meningkatkan keterbatasan fasilitas dan menguatkan SDM pemasaran IKM Batik industri kreatif yang ada Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.*

**Kata Kunci:** Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Industri kreatif batik, SWOT, AHP, Expert Choice

**ABSTRACT**

*Indonesia is currently the ASEAN Economic Community (AEC), so the government needs to prepare to formulate strategic steps, especially in the Small and Medium Enterprise (SME) creative industries. Given a lot of creative industries SME batik fashion art one of them in Sub Sondakan Laweyan District of Surakarta. Village of Sondakan is one central hub that is already known batik production in Surakarta. Although the production process is still traditionally many good quality products produced. With fashion's creative industries batiknya Village Sondakan certainly very likely to participate once in the MEA, thus the need for cooperation between SMEs step strategy Batik, private entrepreneurs and the role of government. This study aims to delve into the issues MEA information and analyzes on the readiness of the creative industries in Sub Sondakan. Also in this study using the SWOT method to determine the readiness and obtain the necessary strategies in Sub Sondakan Batik SMEs, as well as obtaining the necessary strategic priority IKM Batik with AHP method. The results in this study indicate that the position of SMEs in the Village Sondakan Batik is a moderately attractive which is defined as a growth strategy through horizontal integration, namely activities to develop SME Batik through mutual cooperation between SMEs Batik, private businesses and the government. Where the results indicate that strategy WT priority that the activities of a defensive nature are very influential in the development of such facilities improve and strengthen human resource*

*limitations SME marketing Batik creative industries there is the Village Sondakan Laweyan District of Surakarta.*

**Keywords:** ASEAN Economic Community (AEC), batik creative industry, SWOT, AHP, Expert Choice

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi negara merupakan suatu hal yang sangat penting karena setiap negara menginginkan proses perubahan perekonomian yang lebih baik untuk dicapai sehingga menjadi indikator keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara. Tuntutan dunia global yang begitu dinamis semakin menurunkan daya saing pelaku usaha nasional yang selama ini masih bergelut dengan kompleksitas permasalahan-permasalahan internal. Indonesia telah menghadapi pasar bebas ASEAN atau *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) sehingga pada kondisi tersebut maka Indonesia yang merupakan salah satu pasar yang besar akan menjadi incaran para pengusaha negara ASEAN dan sebaliknya bahwa negara-negara ASEAN dapat menjadi target sasaran pasar bagi para pengusaha Indonesia. Hal ini merupakan ancaman sekaligus peluang untuk pengusaha Indonesia maka dari itu Indonesia perlu meningkatkan daya saing dengan memunculkan pengusaha-pengusaha baru yang produktif dan kreatif untuk meningkatkan perekonomian daerah dan mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

Di Indonesia sendiri banyak sekali kota-kota yang memiliki industri-industri kreatif berpotensi, salah satunya adalah Kota Surakarta Indonesia yaitu terkenal dengan produk fesyen batiknya. Mengingat pengetahuan tentang industri kreatif yang kurang mengakibatkan para pelaku usaha industri kreatif di Kota Surakarta khususnya Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan belum sepenuhnya tertata dengan maksimal. Pada saat ini Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta akan menghadapi pasar bebas ASEAN dimana harus mengintegrasikan pasar dari seluruh hasil produksi IKM fesyen batik di Kelurahan tersebut dengan kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha dan akademisi untuk lebih siap menghadapi daya saing pasar internasional yang dapat menjadi ancaman atau sebaliknya menjadi peluang khususnya untuk perekonomian Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.

### **2. Tujuan**

- a. Mengetahui profil usaha subsektor industri kreatif fesyen batik di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.
- b. Menggambarkan bagaimana kesiapan pelaku usaha subsektor industri kreatif fesyen batik dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta dengan Analisis SWOT yaitu faktor-faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*).
- c. Mengetahui prioritas alternatif strategi IKM fesyen batik di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

## **LANDASAN TEORI**

### **1. Industri Kreatif**

Menurut definisi Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana *input* dan *outputnya* adalah gagasan atau ide. Ekonomi Kreatif juga sebagai *the creation of value as a result of idea*, Howkins menjelaskan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang karena bagi masyarakat menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.

Menurut Departemen Perdagangan Indonesia (2008), industri kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Berdasarkan studi literatur dan diskusi yang telah dilakukan, subsektor industri berbasis kreativitas di Indonesia sendiri meliputi periklanan, arsitektur,

pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan, dan kuliner.

**2. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)**

Masyarakat ASEAN terdiri dari 3 pilar yang terkait satu dengan yang lain: Masyarakat Politik Keamanan ASEAN, Masyarakat Ekonomi ASEAN dan Masyarakat Sosial Budaya ASEAN. Dengan demikian, para pemimpin sepakat untuk mentransformasi ASEAN menjadi suatu kawasan yang ditandai oleh pergerakan bebas barang, jasa, investasi, tenaga kerja terampil, dan arus modal yang lebih bebas.

Cetak biru Masyarakat Ekonomi ASEAN disusun dan disahkan pada tahun 2007. Cetak Biru MEA berfungsi sebagai rencana induk yang koheren yang mengarahkan pembentukan MEA. Dengan mempertimbangkan pentingnya perdagangan eksternal bagi ASEAN dan kebutuhan Masyarakat ASEAN secara keseluruhan untuk tetap berpandangan terbuka, MEA memiliki karakteristik utama yaitu pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing, pembangunan ekonomi yang merata, integrasi dengan ekonomi global.

**3. Pengertian Manajemen Strategi**

Menurut Suwarsono (1996), manajemen Strategi sendiri dapat diartikan sebagai usaha manajerial menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukan.

**4. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*)**

Menurut Freddy Rangkuti (1997), Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Alternatif strateginya dapat dilakukan dengan memasukkan ke dalam diagram matriks SWOT seperti pada gambar 1 (Rangkuti, 1997).

IFAS  EFAS	STRENGTHS (S)  • Tentukan 5-10 faktor Faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W)  • 0,30 tentukan 5-10 kekuatan internal
OPPORTUNITIES (O)  • Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	STRATEGI SO  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T)  • Tentukan 5-10 Faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 1 Gambar Matriks SWOT

**5. Analytical Hierarchy Process (AHP)**

Menurut Saaty (1993), hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari alternatif. Dengan hierarki suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompok yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hierarki sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis.

**METODOLOGI PENELITIAN**

**1. Obyek Penelitian**

Obyek penelitian dilakukan di Kelurahan Sondakan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Kelurahan tersebut didominasi industri kreatif IKM fesyen batik dengan jumlah data 23 industri

IKM Batik. Data tersebut diperoleh dari data primer yaitu data yang didapatkan oleh peneliti langsung ke lapangan dan data sekunder yaitu data yang didapatkan dari Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Surakarta.

## 2. Prosedur Penelitian

### a. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan adalah salah satu aktivitas atau kegiatan persiapan yang dilakukan oleh seorang peneliti dengan tujuan untuk menentukan obyek dan subyek penelitian yang tepat, yang sesuai dengan tema penelitian yang menjadi fokus kajian peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi kajian penelitian yaitu pemetaan atau membuat *roadmap* dan kesiapan dalam menghadapi MEA industri kreatif di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta yaitu Industri Kecil Menengah (IKM) fesyen batik. Studi pendahuluan yang dipelajari adalah data yang diperoleh dari data sekunder.

### b. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Mengidentifikasi permasalahan pemetaan atau membuat *roadmap* dan kesiapan dalam menghadapi MEA industri kreatif yang ada di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta yaitu IKM fesyen batik. Kemudian menentukan tujuan penelitian agar penelitian terfokuskan dengan permasalahan yang ada dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, serta dalam penelitian ini agar tujuannya dapat tercapai sesuai yang diharapkan maka perlu adanya pembatasan masalah.

### c. Validasi Data Sekunder IKM Batik Di Lapangan

Tahap ini adalah kegiatan dimana validasi data sekunder IKM fesyen batik dari Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Surakarta. Tahap ini dilakukan langsung validasi ke lapangan ke Industri Kecil Menengah (IKM) untuk mendapatkan informasi yang valid dari data sekunder harus dilakukan verifikasi data langsung ke IKM fesyen batik Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.

### d. Identifikasi Pemetaan Tematik (*Group Discussion*)

Kegiatan kelompok diskusi ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan ide-ide yang terkait tentang tema yang akan diambil dengan cara *brainstorming*, yaitu didapatkan obyek penelitian fokus pada satu industri kreatif yang paling dominan dari 15 subsektor industri kreatif di wilayah terkait Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta yang mendominasi adalah subsektor fesyen batik sehingga subsektor ini relevan untuk dijadikan tema penelitian yang terkait.

### e. Penyusunan Kuesioner

Kuisoner disusun berdasarkan hasil dari *brainstorming* pada saat *group discussion*. Kuisoner sendiri terdiri dari profil umum yang didapatkan dari diskusi kesepakatan bersama dan spesifik ke dalam tema permasalahan utama yang terkait dengan penelitian ini.

### f. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab secara langsung kepada responden. Metode wawancara sendiri dilakukan saat observasi langsung ke Industri Kecil Menengah (IKM) Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta sekaligus melakukan verifikasi data sekunder pada saat proses pengisian kuesioner.

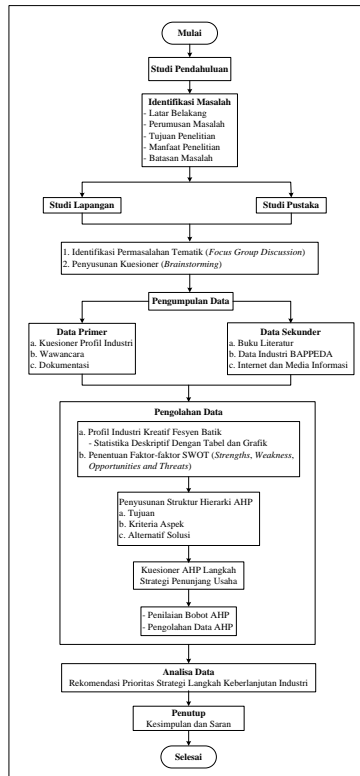
### g. Pengolahan Data dan Analisa Data

Setelah di dapatkan rekapitulasi hasil pengumpulan data dari proses kuesioner, wawancara dan dokumentasi kemudian akan dilanjutkan pada proses pengolahan data. Dalam tahap ini hasil pengolahan data disajikan berkisar yaitu statistika deskriptif, hasil pengolahan dengan metode Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treats*) dan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Kemudian analisis deskriptif yaitu membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel (statistik) yang biasanya digambarkan dengan frekuensi (table dan grafik). Kesimpulan yang diambil ini dibuat berdasarkan pendugaan (estimasi) dan pengujian hipotesis.

#### h. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini adalah menarik kesimpulan gagasan yang tercapai pada akhir keseluruhan penelitian dan saran sebagai masukan bagi industri maupun penelitian selanjutnya.

### 3. Kerangka Pemecahan Masalah

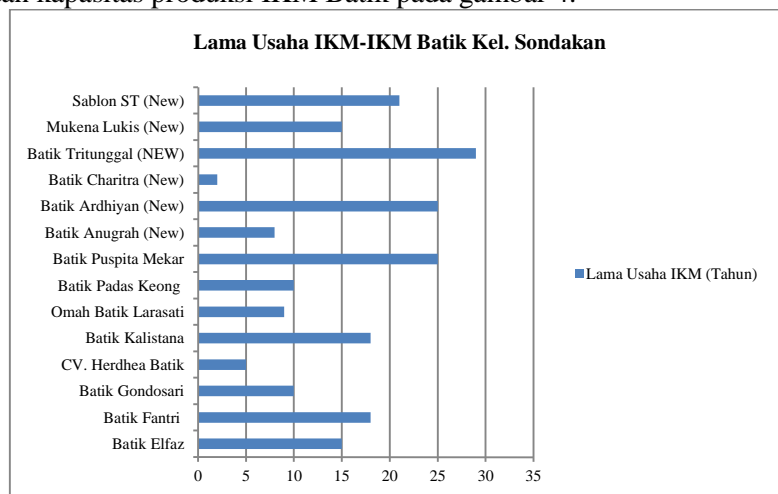


Gambar 2 Gambar Kerangka Pemecahan Masalah

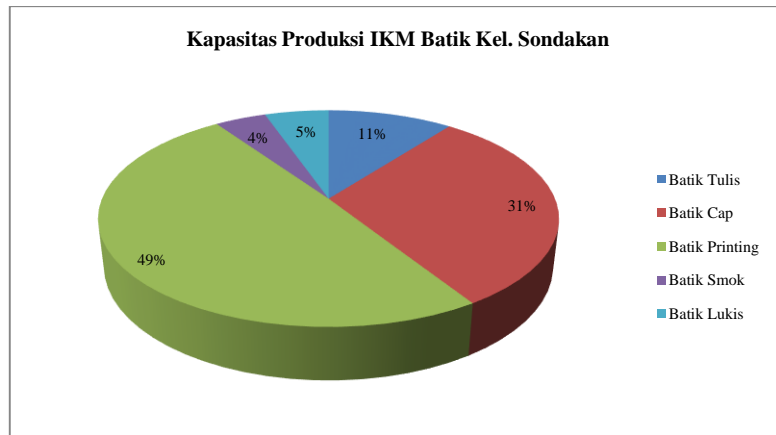
## PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

### 1. Identifikasi Industri Batik

Kelurahan Sondakan merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Laweyan yang masyarakatnya sebagian besar penghasil produk batik. Di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan sendiri IKM Batiknya bermacam-macam dalam proses pengerjaan batiknya, selain Cap dan *Printing* ada juga Batik Lukis dan Batik Smok. Sistem pemasaran IKM sendiri berbeda-beda mulai ada yang sudah menjadi pelanggan tetap di area Pulau Jawa maupun Luar Pulau Jawa, kebanyakan dalam bentuk retail/reseller seperti toko-toko, adapun yang kostumer pesan bijian langsung ke IKM Batik. Lama usaha IKM Batik dengan 14 responden yang mewakili dapat dilihat pada gambar 3 dan kapasitas produksi IKM Batik pada gambar 4.



Gambar 3 Grafik Lama Usaha IKM-IKM Batik Kelurahan Sondakan



Gambar 4 Grafik Kapasitas Produksi IKM Batik Kelurahan Sondakan

## 2. Hasil Validasi Data

Dari data hasil validasi yaitu diketahui data IKM Batik dari BAPPEDA total adalah 23 IKM. Setelah dilakukan validasi ada 14 IKM Batik yang bersedia dan berhasil untuk dilakukan wawancara, dimana datanya diambil secara kuesioner dan diambil dokumentasinya.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil identifikasi masalah dan hasil wawancara yang diambil datanya secara kuesioner di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta dilanjutkan dengan pengolahan data. Dalam penelitian ini pengolahan datanya menggunakan metode Analisis SWOT (kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)) untuk dapat mengetahui posisi dan keadaan kondisi IKM Batik di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta apakah siap apabila ikut serta bergabung dengan IKM Batik yang berskala besar untuk menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Kemudian diolah menggunakan pemilihan kriteria aspek strategi dan pengolahan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

### a. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Keberadaan faktor internal dan eksternal tersebut kemudian dilakukan perhitungan yang dimana penjumlahan dari hasil kali bobot dan *rating* dari setiap faktor memberikan rangkuman nilai kuantitatif yang menunjukkan pengaruh dari keseluruhan faktor internal dan faktor eksternal terhadap keberadaan IKM Batik seperti pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1 Tabel Perhitungan Skor Faktor Internal

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>				
1	Produk yang bermutu dan berkualitas baik	0,11	2	0,22
2	Tingkat harga produk yang bervariasi dan bersaing	0,10	2	0,20
3	Hubungan pimpinan dengan karyawan yang baik	0,11	3	0,33
4	Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman	0,10	3	0,31
5	<i>Dilevery</i> barang yang tepat waktu	0,10	3	0,31
6	Proses produksi manual atau tradisional	0,09	2	0,19
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1	Jangkauan pemasaran yang luas	0,10	1	0,10
2	Modal mengembangkan usaha	0,10	1	0,10
3	Pelatihan/ <i>training</i> untuk tenaga kerja	0,08	2	0,15
4	Promosi produk Batik	0,10	1	0,10
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,01</b>

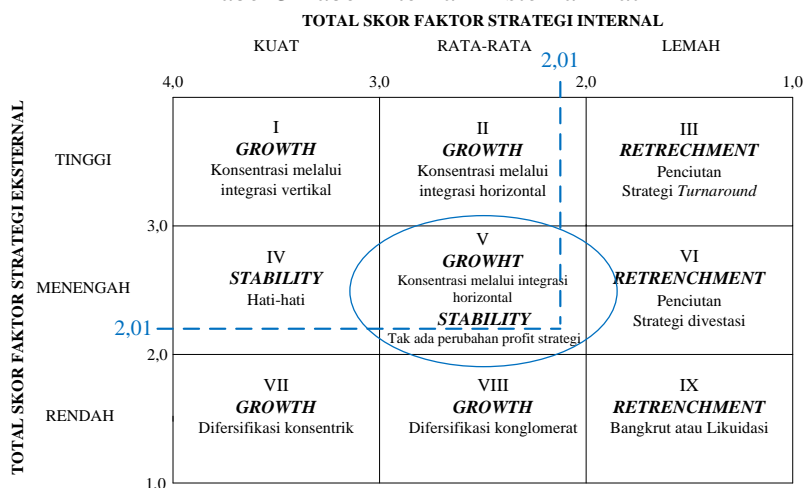


Tabel 2 Tabel Perhitungan Skor Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1	Pelanggan potensial dan tetap	0,11	3	0,34
2	Kontribusi terhadap ekonomi daerah	0,09	1	0,09
3	Inovasi produk Batik sesuai minat pelanggan	0,11	3	0,33
4	Harga bahan baku yang naik turun	0,10	2	0,20
5	Tingkat inflansi dolar yang naik turun	0,10	2	0,20
6	Munculnya pesaing baru produk batik	0,08	2	0,16
<b>Ancaman (Threats)</b>				
1	Pengembangan teknologi internet untuk meningkatkan komunikasi	0,10	1	0,10
2	Kebijakan pemerintah untuk produk batik	0,08	2	0,16
3	Pemasaran pesaing di Kecamatan Laweyan	0,08	1	0,08
4	Paguyuban Canting Kakung	0,06	3	0,19
5	Ekspor produk Batik ke Luar Negeri	0,07	2	0,15
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,01</b>

Setelah perhitungan skor maka hasilnya di masukkan ke dalam tabel Internal-Eksternal Matrix (Matriks IE) seperti pada tabel 3. Dari tabel Matriks IE terdiri dari 2 dimensi yaitu skor total dari IFAS pada sumbu X dan skor total dari EFAS pada sumbu Y. Nilai pada masing-masing sumbu adalah 1 untuk lemah sampai dengan 4 untuk kuat. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh skor total untuk IFAS adalah 2,01 sedangkan skor total untuk EFAS adalah 2,01. Dengan demikian dapat diketahui posisi pengembangan Industri Kreatif Batik pada sel 5 yaitu *moderate attractive* yang ditunjukkan pada tabel 3. Pada posisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal yaitu kegiatan untuk mengembangkan IKM Batik di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan dengan cara saling berkerjasama antar IKM Batik dan Pemerintah Kota Surakarta. sehingga IKM Batik siap untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam menghadapi pasar bebas ASEAN.

Tabel 3 Tabel Internal-Eksternal Matrix



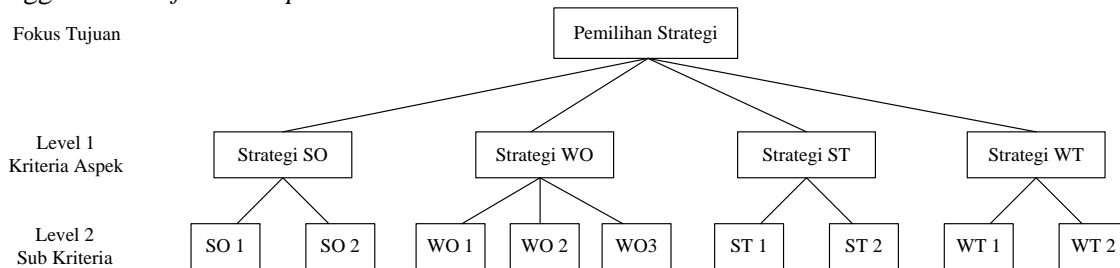
Kemudian untuk mendapatkan strategi pengembangan IKM Batik di Kelurahan Sondakan maka faktor internal dan faktor eksternal diolah ke dalam Matriks SWOT seperti pada Tabel 4.

Tabel 4 Tabel Diagram Matriks SWOT

<b>IFAS</b>	<b>KEKUATAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produk bermutu dan berkualitas baik</li> <li>▪ Harga bersaing dan bervariasi</li> <li>▪ Hubungan pimpinan dengan karyawan yang baik</li> <li>▪ Tenaga kerja terampil dan berpengalaman</li> <li>▪ <i>Delivery</i> barang <i>on time</i></li> <li>▪ Produksi manual/tradisional</li> </ul>	<b>KELEMAHAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jangkauan pemasaran kurang luas</li> <li>▪ Kurangnya modal mengembangkan usaha</li> <li>▪ Rendahnya pelatihan/<i>training</i> untuk tenaga kerja</li> <li>▪ Kurangnya promosi produk batik</li> </ul>	
<b>EFAS</b>	<b>PELUANG</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pelanggan potensial dan tetap</li> <li>▪ Kontribusi terhadap ekonomi daerah</li> <li>▪ Inovasi produk batik</li> <li>▪ Harga bahan baku fluktuatif</li> <li>▪ Tingkat inflansi dolar fluktuatif</li> <li>▪ Munculnya pesaing baru</li> </ul>	<b>STRATEGI SO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tetap menjaga mutu dan kualitas produk batik dan melakukan kolaborasi dengan sektor usaha swasta lainnya.</li> <li>▪ Meningkatkan intensitas pameran batik dengan pihak swasta/mahasiswa.</li> </ul>	<b>STRATEGI WO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengajukan rancangan alokasi anggaran tambahan ke Pemerintah.</li> <li>▪ Mengoptimalkan strategi <i>digital marketing</i>.</li> <li>▪ Terapkan pelatihan ketrampilan untuk kontinuitas produk batik.</li> </ul>
	<b>ANCAMAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak menggunakan teknologi internet untuk meningkatkan komunikasi</li> <li>▪ Kebijakan Pemerintah</li> <li>▪ Pemasaran pesaing di Kec. Laweyan</li> <li>▪ Paguyuban Canting Kakung</li> <li>▪ Ekspor Batik ke Luar Negeri</li> </ul>	<b>STRATEGI ST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengembangan teknologi internet untuk memperluas komunikasi yang difasilitasi oleh Pemerintah dan di <i>update</i> secara berkala.</li> <li>▪ Meningkatkan peran Paguyuban Canting Kakung terhadap IKM Batik dengan Visi dan Misi yang terarah jelas.</li> </ul>	<b>STRATEGI WT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan keterbatasan fasilitas IKM Batik Kelurahan Sondakan oleh Dinas terkait.</li> <li>▪ Penguatan sumber daya manusia (SDM) pemasaran.</li> </ul>

**b. Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)**

Kemudian untuk mengetahui strategi yang perlu diprioritaskan untuk dijalankan maka dilakukan dengan cara pembobotan menggunakan metode AHP dengan pengolahan datanya menggunakan *Software Expert Choice*.



Gambar 5 Struktur Hierarki Permasalahan

Setelah ditentukan kriteria aspek dan sub kriteria dari struktur hierarki gambar 5 yang didapatkan dari hasil matrik SWOT kemudian dibuat kuesioner berdasarkan kriteria tersebut. Respondennya adalah 2 orang yang pakar masalah batik, yaitu Responden 1 Bapak Suparman selaku anggota pengelola Paguyuban Canting Kakung dan seniman membatik dan responden 2 Bapak Suwardi S.Pd selaku ketua LPMK (Lembaga Pemberdaya Masyarakat Kelurahan).

Langkah selanjutnya adalah pengolahan data hasil penilaian kuesioner AHP menggunakan *software Expert Choice* yang dapat membantu untuk mendapatkan hasil prioritas dari 9 strategi SWOT. Berdasarkan hasil pengolahan *Expert Choice* dapat diketahui alternatif strategi pengembangan IKM Batik di Kelurahan Sondakan diperoleh urutan bobot sesuai dengan hasil prioritasnya yaitu sebagai berikut:

1. (WT2) Penguatan sumber daya manusia (SDM) pemasaran dengan bobot penilaian 0,168.
2. (WT1) Meningkatkan keterbatasan fasilitas IKM Batik Kelurahan Sondakan oleh Dinas terkait dengan bobot penilaian 0,155.
3. (ST1) Pengembangan teknologi internet untuk memperluas komunikasi yang difasilitasi oleh Pemerintah dan di *update* secara berkala dengan bobot penilaian 0,140.
4. (SO1) Tetap menjaga mutu dan kualitas produk batik dan melakukan kolaborasi dengan sektor usaha swasta lainnya dengan bobot penilaian 0,118.
5. (WO2) Mengoptimalkan strategi *digital marketing* dengan bobot penilaian 0,111.
6. (SO2) Meningkatkan intensitas pameran batik dengan pihak swasta/mahasiswa dengan bobot penilaian 0,093.

7. (WO1) Mengajukan rancangan alokasi anggaran tambahan ke Pemerintah dengan bobot penilaian 0,093.
8. (WO3) Terapkan pelatihan ketrampilan untuk kontinuitas produk batik dengan bobot penilaian 0,081.
9. (ST2) Meningkatkan peran Paguyuban Canting Kakung terhadap IKM Batik dengan Visi dan Misi yang terarah jelas dengan bobot penilaian 0,041.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- a. Hasil observasi yang telah dilakukan data IKM Batik dari BAPPEDA terdapat 28 IKM. Setelah dilakukan validasi ada 16 IKM Batik yang aktif dari data BAPPEDA, 7 IKM batik baru ditemukan belum terdaftar di dalam data BAPPEDA dan 12 IKM dari data BAPPEDA yang sudah tidak aktif. Sehingga setelah di *update* terdapat 23 IKM Batik yang aktif di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. Dimana proses produksinya masih secara tradisional.
- b. Dari hasil tabel IE Matriks menunjukkan bahwa Kelurahan Sondakan diketahui posisi pengembangan Industri Kreatif Batik pada sel 5 yaitu *moderate attractive*. Pada posisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal yaitu kegiatan untuk mengembangkan IKM Batik di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan dengan cara saling berkerjasama antar IKM Batik, pihak swasta dan Pemerintah Kota Surakarta. sehingga IKM Batik siap untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam menghadapi pasar bebas ASEAN.
- c. Startegi SWOT yang diprioritaskan dengan metode AHP beserta urutan bobot sesuai dengan prioritasnya mengembangkan IKM-IKM Batik di Kelurahan Sondakan yang peneliti usulkan antara lain yaitu penguatan sumber daya manusia (SDM) pemasaran (0,168), meningkatkan keterbatasan fasilitas oleh Dinas terkait (0,155), Pengembangan teknologi internet oleh Pemerintah dan di *update* secara (0,140), menjaga mutu dan kualitas produk batik dan melakukan kolaborasi dengan sektor usaha swasta lainnya (0,118), mengoptimalkan strategi *digital marketing* (0,111), meningkatkan intensitas pameran batik dengan pihak swasta/mahasiswa (0,093), mengajukan rancangan alokasi anggaran ke Pemerintah (0,093), pelatihan ketrampilan (0,081) dan meningkatkan peran Paguyuban Canting Kakung terhadap IKM Batik dengan Visi dan Misi yang terarah jelas (0,041).

### 2. Saran

- a. IKM Batik di Kelurahan Sondakan sebaiknya lebih konsisten dalam pelayanan terhadap konsumen dan konsisten dalam bekerja sama lebih dikompakkan lagi baik dengan anggota Paguyuban Canting Kakung, pihak swasta dan Pemerintah demi kemajuan bersama.
- b. Pemilik usaha memperbolehkan usahanya untuk menjadi tempat penelitian para peneliti karena akan saling menguntungkan antara pemilik industri dan peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_, 2013, "Profil Ekonomi Kreatif Kota Surakarta", Pemerintah Kota Surakarta, Surakarta.
- \_\_\_\_\_, 2011, "Informasi Umum: Masyarakat Ekonomi ASEAN, ASEAN Community in a Global Community of Nations", Kementrian Perdagangan RI, Jakarta.
- Suwarsono, 1996, "Manajemen Strategik: Konsep dan Kasus", Edisi Revisi, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy, 1997, "Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Saaty, L. Thomas, 1991, "Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hierarki Analitik Untuk Pengambilan Keputusan Dalam Situasi Yang Kompleks", Seri Manajemen No.134, Pustakan Binaman Pressindo, Jakarta.