

# Strategi Pengembangan Kerajinan Batik Tulis Sebagai Produk Unggulan Daerah (PUD) di Kabupaten Bantul

Henri Krismawan

Magister Manajemen, Program Pascasarjana  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Yogyakarta, Indonesia  
e-mail: henri.krismawan@gmail.com

**Abstrak** — Penetapan batik tulis sebagai salah satu Produk Unggulan Daerah (PUD) di Kabupaten Bantul tentunya harus dibarengi dengan strategi pengembangan yang harus dilakukan pada masing-masing bagian yang nantinya mempunyai peran masing-masing. Bagaimana peran pemerintah daerah melakukan peran dan tanggungjawabnya yang hanya bersifat mengarah dan membina bukan menentukan (*steering than rowing*). Peran sektor pengrajin industri batik tulis mampu menciptakan peluang pasar yang lebih luas dan mampu menciptakan brand atau merk, serta mampu memberikan produk yang berkualitas, kuantitas, dan kontinuitas sesuai dengan harapan pasar. Hasil dari penelitian ini memberikan arahan perlunya optimalisasi peran pemerintah Kabupaten Bantul dalam melestarikan batik serta mendorong pengembangan pengrajin batik agar batik Bantul go-internasional, peningkatan kualitas produk batik dalam menghadapi daya saing pada pasar global dan MEA, peningkatan kemampuan sumberdaya manusia, pemanfaatan teknologi, inovasi model dan desain, kemudahan dalam mengakses permodalan, serta peningkatan kemampuan pengrajin batik tulis dalam mendukung pelayanan distribusi dan pemasaran produk batik tulis tersebut melalui teknologi informasi.

**Kata Kunci** — *batik tulis, PUD, kualitas produk batik, peran pemerintah, peningkatan SDM, go-internasional.*

## I. PENDAHULUAN

Menurut Sjafrizal (1997), tiap daerah memiliki potensi yang berbeda beda satu sama lain. Karena itulah untuk memajukan perekonomian suatu daerah harus disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Bila prioritas pembangunan tidak sesuai dengan karakteristik daerah masing-masing, maka pembangunan ekonominya akan menjadi relatif lambat dan tidak optimal. Karena terdapat perbedaan potensi dan corak struktur ekonomi dari masing-masing daerah maka dalam proses pembangunan daerah perlu mengenali karakter ekonomi, sosial dan fisik dari daerah yang bersangkutan.

Perbedaan potensi satu daerah dengan daerah yang lain menyebabkan perbedaan strategi pembangunan dari masing-masing daerah dan tidak ada strategi yang sama yang dapat diterapkan untuk semua daerah. Keberhasilan pembangunan suatu daerah ditunjukkan dari peningkatan pertumbuhan ekonomi serta semakin kecilnya

kesenjangan distribusi pendapatan baik dalam skala kecil maupun dalam skala yang lebih luas. Pemerintah dalam hal ini turut berperan dalam pembangunan suatu daerah dengan berbagai kebijakannya. Dengan diberlakukannya otonomi daerah, dimana dalam hal ini pemerintah pusat memberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk mengatur daerahnya sendiri. Diharapkan dengan kebijakan ini pemerintah daerah dapat mengatur daerahnya dengan lebih baik karena sudah mengenal karakteristik daerah tersebut.

Pembangunan ekonomi daerah dalam era otonomi daerah menghadapi berbagai tantangan. Di satu pihak, kesenjangan ekonomi antar daerah yang berakibat pada rendahnya tingkat pendapatan masyarakat dan bahkan kemiskinan, adalah masalah yang belum terselesaikan. Di lain pihak, upaya pembangunan masih berorientasi sektoral dan kurang memperhatikan karakteristik dan kondisi dari sumber daya suatu wilayah, sedangkan sumber-sumber daya pembangunan semakin terbatas. Tantangan pembangunan ekonomi daerah ke depan adalah mengupayakan pengelolaan jalannya pembangunan ekonomi daerah yang efektif dan efisien, dengan memanfaatkan seoptimal mungkin potensi wilayah, termasuk sumber daya alam dan sumber daya manusianya, serta mengoptimalkan seluruh sumber-sumber dana untuk membiayai pembangunan ekonomi daerahnya.

Sementara itu, globalisasi mengharuskan daerah-daerah dalam wilayah nasional untuk bersaing dalam perdagangan bebas secara kompetitif dengan produk negara-negara dari seluruh dunia. Pembangunan ekonomi daerah diharapkan mampu menghasilkan produk unggulan bermutu yang dapat bersaing dalam kompetisi, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Produk Unggulan Daerah (PUD) menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumber daya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkai produk pesaing di pasar domestik dan/atau menembus pasar ekspor.

Pengembangan produk unggulan merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah yang menghasilkan produk-produk inovasi berbasis keunggulan lokal. Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul telah mempunyai kebijakan untuk mendorong produk unggulan daerah melalui penetapan Batik Tulis sebagai PUD Kabupten Bantul. Namun demikian, menjadikan produk unggulan daerah tersebut sebagai sebuah world class product di satu sisi masih terdapat beberapa kendala-kendala, seperti; unqiNESS (keunikan produk) yang tidak dikembangkan, para pelaku ekonomi belum melakukan operasional secara lebih manajerial dan berorientasi mutu global; kondisi rendahnya kelembagaan dan SDM, terbatasnya akses pasar dan tingkat persaingan antar daerah yang semakin tinggi, sehingga, pelaku ekonomi seringkali tidak dapat memenuhi harapan memasuki area pasar yang lebih luas.

Kinerja dari keberhasilan pengembangan produk unggulan daerah adalah kontinuitas ketersediaan produk dipasar; manajemen pengelolaan, rantai suplai dan rantai nilai menjadi bagian terpenting dalam manajemen logistik industri, dan terakhir persoalan konsistensi mutu produk, volume produksi dan pencapaian waktu yang konsisten dan tepat waktu, semua ini dimulai dengan kemampuan merencanakan produksi dan memasarkan produk. Di lain pihak karena skala ekonominya rendah, maka perlu pengaturan kerjasama antar industri kecil menengah dalam mencapai skala ekonomis tertentu agar upaya menuju pencapaian produk unggulan daerah yang berdaya saing dapat berhasil.

Dari latar belakang yang telah diuraikan pada bagian atas tadi, maka peneliti mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah peran pemerintah Kabupaten Bantul dalam mengembangkan produk batik tulis sebagai produk unggulan daerah?
2. Apakah yang dilakukan pengrajin batik tulis di Kabupaten Bantul dalam mengembangkan produknya sebagai produk unggulan daerah?
3. Apakah kendala yang dihadapi pengrajin batik tulis di Kabupaten Bantul?
4. Apakah kendala yang dihadapi oleh pemerintah dalam pengembangan batik tulis di Kabupaten Bantul?
5. Apakah strategi yang harus diterapkan dalam pengembangan kerajinan batik tulis sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Bantul?

Secara umum tujuan penelitian yang ingin dicapai dari tesis ini antara lain untuk mengetahui:

1. Mengidentifikasi peran pemerintah daerah Kabupaten Bantul dalam rangka mengembangkan batik tulis sebagai produk unggulan daerah.
2. Mengidentifikasi permasalahan, kendala, dan hambatan pengrajin batik tulis di Kabupaten Bantul.
3. Menyusun konsep, strategi dan program akselerasi pengembangan batik tulis sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Bantul secara berkelanjutan.

Manfaat penelitian strategi pengembangan kerajinan batik tulis sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Bantul antara:

1. Bagi Pemerintah Kabupaten Bantul  
Bagi pemerintah Kabupaten Bantul diharapkan dapat meningkatkan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk menunjang pengembangan produk unggulan daerah batik tulis tersebut, baik infrastruktur wilayah, sarana produksi maupun pemasaran.
2. Bagi Pengrajin Batik Tulis  
Bagi pengrajin batik tulis di Kabupaten Bantul dapat menjadi masukan dalam mengembangkan produk unggulan daerah batik tulis pada sektor SDM, kelembagaan, kapasitas dan produktifitasnya, sehingga secara ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan.
3. Bagi Penulis  
Bagi penulis sendiri dapat bermanfaat dalam menambah wawasan tentang pengembangan produk unggulan daerah di Kabupaten Bantul yaitu produk batik tulis yang berbahan dasar dari media kain, besi, kulit dan kayu.

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu. Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak di daerah dalam rangka meningkatkan kesempatan kerja baru, peningkatan dan pengurangan kemiskinan secara signifikan.

Dalam rangka upaya pembangunan ekonomi daerah, inventarisasi potensi wilayah/masyarakat/daerah mutlak diperlukan agar dapat ditetapkan kebijakan pola pengembangan baik secara sektoral maupun secara multisektoral. Salah satu langkah inventarisasi/identifikasi potensi ekonomi daerah adalah dengan mengidentifikasi produk-produk potensial, andalan dan unggulan daerah pada tiap-tiap sub sektor. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkai produk pesaing di pasar domestic dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001).

Kriteria produk unggul menurut Unkris Satya Wacana Salatiga, adalah komoditi yang memenuhi persyaratan kecukupan sumberdaya lokal, keterkaitan komoditas,

posisi bersaing dan potensi bersaing. Dari kriteria ini memunculkan pengelompokkan komoditas berikut:

Komoditas potensial adalah komoditas daerah yang memiliki potensi untuk berkembang karena keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif terjadi misalnya karena kecukupan ketersediaan sumberdaya, seperti bahan baku lokal, keterampilan sumberdaya lokal, teknologi produksi lokal serta sarana dan prasarana lokal lainnya.

Komoditas andalan adalah komoditas potensial yang dipandang dapat dipersandingkan dengan produk sejenis di daerah lain, karena disamping memiliki keunggulan komparatif juga memiliki efisiensi usaha yang tinggi. Efisiensi usaha itu tercermin dari efisiensi produksi, produktivitas pekerja, profitabilitas dan lain-lain.

Komoditas unggulan adalah komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif, karena telah memenangkan persaingan dengan produk sejenis di daerah lain. Keunggulan kompetitif demikian dapat terjadi karena efisiensi produksinya yang tinggi akibat posisi tawarnya yang tinggi baik terhadap pemasok, pembeli, serta daya saingnya yang tinggi terhadap pesaing, pendatang baru maupun barang substitusi.

Produk Unggulan Daerah yang selanjutnya disingkat PUD Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014 merupakan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global. Sedangkan yang disebut pengembangan adalah upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam mengembangkan produk unggulan daerah melalui perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, pengawasan, pengendalian, dan evaluasi kegiatan.

## II. METODE PENELITIAN

Isi dari metode penelitian adalah antara lain paradigma penelitian, pendekatan, teknik pengumpulan data, dan analisis data (d disesuaikan dengan kebutuhan dalam penelitian. Berikut contoh penulisan Numbering:

### A. Metode Dan Prosedur Pelaksanaan Studi

Pada dasarnya metode penelitian yang digunakan untuk merumuskan studi ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data-data sekunder (data statistik resmi pemerintah Kabupaten Bantul maupun literatur) yang tersedia dijadikan sebagai titik tolak. Kontekstualisasi disusun setelah dilakukan tinjauan lapangan yang bersifat observasi. Upaya kontekstualisasi pada dasarnya merumuskan sifat dasar Kabupaten Bantul sebagai suatu wilayah yang mempunyai fenomena dan dinamika khas.

1. Pengumpulan data yang berupa *existing statistic* data dilakukan dengan mengumpulkan data-data statistik daerah yang berasal dari berbagai laporan yang diberikan oleh lembaga pemerintah seperti maupun swasta dan berbagai laporan penelitian sebelumnya.
2. Pengumpulan data tentang pengembangan dan alternatif strategi kebijakan PUD berdasarkan persepsi *stakeholders* dilakukan dengan survei *face to face interviews*. Interview melibatkan pihak-pihak yang expert dan pelaku usaha. Jumlah responden adalah 2 (dua) sampai 3 (tiga) orang responden untuk masing-masing kriteria responden.
3. Kuesioner yang digunakan untuk survei dirumuskan secara terstruktur, sistematis serta pemilihan responden yang *representatif* dan *expert* pada permasalahan, sehingga memungkinkan data yang diisi merupakan data yang telah mempunyai nilai obyektivitas yang tinggi sesuai dengan pengetahuan/ pengertian/ persepsi individu tentang obyek sikap (kognitif) karena pengalaman, lama bekerja atau dalam menghadapi persoalan yang diteliti.

### B. Teknik Analisis

#### 1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan berbagai kondisi dan perkembangan dari waktu ke waktu dan terbaru dari berbagai indikator yang nantinya diperlukan. Deskripsi nantinya dapat ditampilkan baik dalam bentuk tabel, gambar/grafik, maupun penjelasan umum sehingga memudahkan pembaca umum dalam memahami dari data dan/atau informasi yang diberikan dalam tulisan. Analisis dapat dilakukan untuk statistik pemusatan (antara lain berupa rata-rata, nilai minimal, dan nilai maksimal), persebaran (berupa standar deviasi, dan lain-lain), dan arah perkembangan (*trend* baik positif, negatif, maupun konstan).

#### 2. Metode SWOT

Kerangka kerja analisis SWOT yang multi dimensional memungkinkan penggunaan metode ini secara luas dalam berbagai konteks studi, terutama dalam kajian terhadap perencanaan dan perumusan kebijakan, serta strategi pembangunan. Dalam konteks studi kebijakan pembangunan di tingkat kabupaten/kota, maka obyek analisisnya adalah kabupaten yang menjadi unit organisasi. Dengan demikian aspek-aspek yang berhubungan dan berpengaruh terhadap kebijakan dan strategi pembangunan daerah menjadi variabel analisis. Karena metode SWOT memungkinkan untuk meninjau secara komprehensif aspek-aspek dimaksud, maka dalam studi ini metode SWOT ditempatkan sebagai terminal analisis. Dimana, hasil-hasil analisis model kuantitatif maupun kualitatif lainnya selanjutnya menjadi input atau bahan analisis SWOT.

Proses pengambilan keputusan strategis umumnya senantiasa dikaitkan dengan masalah misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, sebagai

strategic planner dalam melakukan analisis perlu memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor itu secara garis besar dapat dikelompokkan dalam 4 kategori yang disebut sebagai Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*), sehingga dikenal dengan sebutan Analisis kekepan atau Analisis SWOT. Meski kelihatannya sederhana, analisis SWOT bisa memberikan identifikasi yang lengkap atas faktor-faktor perusahaan tersebut.

Analisis SWOT secara sekaligus dapat dipakai untuk melakukan evaluasi faktor internal dan eksternal secara sekaligus, sehingga selanjutnya bisa dicarikan solusinya. Apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan akan diidentifikasi dalam matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), sedangkan hal-hal yang menjadi peluang dan ancaman akan dicerminkan dalam matrik EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Gabungan dari kedua matrik tersebut melalui SWOT Diagram akan mencerminkan posisi perusahaan yang dikenal sebagai Positioning. Selanjutnya posisi ini akan dipakai untuk melakukan identifikasi strategic business planning yang dilakukan dengan memakai matrik SWOT/TOWS, GE-Mc Kensey, Product Life Cycle dsb.

### 3. Matrik SWOT

Matrik SWOT kadang disebut dengan matrik TOWS, matrik ini terdiri atas empat bidang atau kuadran sebagaimana yang telah disinggung pada bagian sebelumnya. Dari masing-masing bidang atau kuadran mempunyai strategi usaha sendiri-sendiri. Format selengkapnya adalah sebagai berikut:

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Faktor-faktor Kekuatan	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor Kelemahan
OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor Peluang	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Faktor-faktor Ancaman	STRATEGI S-T Ciptakan strategi Yang menggunakan Kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### C. Hasil Dan Analisis

Dalam tahap ini bukan hanya sekedar kegiatan mengumpulkan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Umumnya data akan dikategorikan sebagai data internal dan eksternal. Data internal meliputi kualitas produk, lingkungan kerja, lokasi, promosi penjualan, bahan baku dan peralatan produksi. Sedangkan data eksternal yang diperlukan antara lain meliputi analisis tentang pesaing, bantuan sarana dan prasarana dari pemerintah pusat, lembaga keuangan, permintaan. Data eksternal ini mempunyai hubungan yang sangat erat dengan stakeholder.

TABLE I. DAFTAR PERTANYAAN PADA KUESIONER

NO	PERTANYAAN
INTERNAL	1. Kualitas Produk batik tulis yang baik dapat mempermudah penjualan
	2. Lingkungan kerja yang kondusif memberikan kenyamanan bekerja pada pembatik
	3. Produk batik mudah diperoleh di lokasi Produk unggulan Batik
	4. Lokasi bahan baku dengan proses produksi dekat sehingga mempermudah proses penjualan
	5. Tenaga kerja pembatik usia produktif mudah diperoleh di daerah setempat
	6. Pelatihan tenaga kerja dan pengembangan usaha selalu dilakukan
	7. Promosi penjualan sangat efektif karena tidak hanya di daerah Bantul
	8. Pasokan bahan baku sangat mudah untuk mendukung kegiatan produksi
	9. Akses setempat lokasi sangat mudah dijangkau konsumen
	10. Peralatan produksi pengolahan batik sangat lengkap
EKSTERNAL	11. Potensi penjualan diluar Bantul sangat prospektif
	12. Permintaan produk dari tahun ke tahun sangat meningkat
	13. Adanya bantuan sarana dan prasarana serta teknologi informasi
	14. Adanya pelanggan yang loyal
	15. UMKM batik memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan
	16. Persaingan dengan usaha sejenis yang datang dari luar Bantul
	17. Adanya dukungan Permodalan Usaha
	18. Adanya produk baru pesaing ke daerah Bantul
	19. Informasi kepada masyarakat luar daerah bantul terkait dengan produk batik
	20. Promosi dari pesaing batik dari daerah lain

Bagian terakhir dari tahap pengumpulan data adalah membuat matrik profil kompetitif. Tujuan pembuatan matrik profil kompetitif adalah untuk mengetahui posisi relatif perusahaan terhadap pesaing. Berikut adalah pedoman yang dapat dipakai:

TABLE II. PEDOMAN POSISI PERUSAHAAN

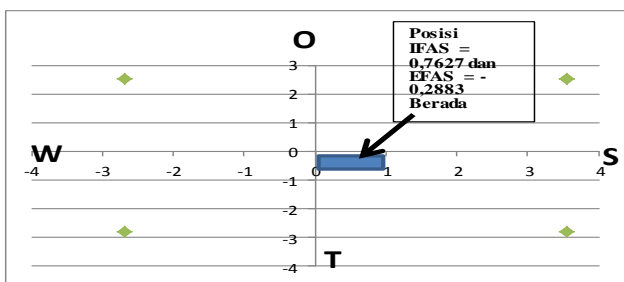
RATING	ARTINYA
1	Bila kondisi perusahaan sangat lemah dibanding pesaing
2	Bila kondisi perusahaan agak lemah dibanding pesaing
3	Bila perusahaan mempunyai kondisi yang kurang lebih sama dengan pesaing
4	Bila perusahaan mempunyai kondisi agak lebih baik dari pesaing

Selanjutnya masing-masing faktor diberi bobot sebagaimana yang telah dimukakan pada saat membahas EFAS dan IFAS, jumlah bobot adalah 1 (satu), setelah itu dihitung skor dari masing-masing faktor dengan cara

mengalikan antara bobot dengan rating. Hasil perhitungan skor dijumlah. Format dari matrik profil kompetitif adalah sebagai berikut:

TABLE III. ANALISIS SWOT

BOBOT	RATING	SKOR	KET.	HASIL PENILAIAN SWOT			
0.143	3.98	0.57	Kekuatan	KEKUATAN	3.5385	IFAS	0.7627
0.143	3.59	0.51	Kekuatan				
0.143	3.65	0.52	Kekuatan				
0.143	3.55	0.51	Kekuatan				
0.143	3.47	0.50	Kekuatan				
0.143	3.24	0.46	Kekuatan				
0.143	3.27	0.47	Kekuatan	KELEMAHAN	-2.7759	EFAS	-0.2883
0.33	-2.51	-0.83	Kelemahan				
0.33	-2.92	-0.96	Kelemahan				
0.33	-2.98	-0.98	Kelemahan	PELUANG	2.5245	OFAS	0.2883
0.25	3.37	0.84	Peluang				
0.25	3.39	0.85	Peluang				
0.25	3.33	0.83	Peluang				
0.25	3.14	0.78	Peluang	ANCAMAN	-2.8128	EFAS	-0.2883
0.167	-2.96	-0.49	Ancaman				
0.167	-2.86	-0.48	Ancaman				
0.167	-2.22	-0.37	Ancaman				
0.167	-2.96	-0.49	Ancaman				
0.167	-2.96	-0.49	Ancaman				
0.167	-2.88	-0.48	Ancaman				



Dari diagram di atas dapat dilihat perhitungan analisis SWOT berada di Sel IV

<b>Sel IV</b>	Dibatasi oleh Sumbu X yang Positif dan sumbu Y yang negatif. Strategi usaha yang tersedia adalah <b>Competitive Strategic</b>	Meskipun perusahaan menghadapi ancaman dari eksternal tetapi disisi lain perusahaan mempunyai kekuatan. Bila manajemen mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan internal, maka ancaman yang usaha akan bisa diatasi, sehingga perusahaan bisa melakukan diversifikasi usaha dan mengembangkan pasar.
---------------	---	--

Untuk mengembangkan produk unggulan daerah Kabupaten Bantul maka digunakan strategi S-T :

TABLE IV. MATRIK ANALISIS SWOT

		Faktor Internal	
		Kekuatan (Strength - S)	Kelemahan (Weakness - W)
Analisis SWOT		<ol style="list-style-type: none"> <li>Kualitas produk batik tulis yang baik</li> <li>Lingkungan kerja yang kondusif</li> <li>Lokasi bahan baku dengan proses produksi dekat</li> <li>Tenaga kerja pembatik usia produktif mudah diperoleh</li> <li>Pasokan bahan baku sangat mudah</li> <li>Akses kelokasi sangat mudah dijangkau</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya pelatihan dan pengembangan usaha dilakukan</li> <li>Promosi penjualan kurang efektif</li> <li>Peralatan produksi pengolahan batik kurang lengkap</li> </ol>
		<b>SKENARIO I</b> (S dikembangkan utj meraih Peluang O)	<b>SKENARIO II</b> (W dikembangkan utk meraih Peluang O)
Faktor Eksternal	Peluang (Opportunities - O)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Potensi penjualan sangat prospektif</li> <li>Permintaan produk dari tahun ke tahun meningkat</li> <li>Adanya pelanggan yang loyal</li> </ol>	
	Hambatan dan Tantangan (Threats)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rendahnya bantuan sarana dan prasarana dari pemerintah</li> <li>Rendahnya pelayanan yang baik kepada pelanggan yang berasal dari luar daerah</li> <li>Kurangnya dukungan permodalan perbankan</li> <li>Adanya produk baru pesaing ke daerah Bantul</li> <li>Rendah informasi terkait dengan produk batik</li> </ol>	<b>SKENARIO III</b> (W dikembangkan utk mengurangi T)
		<b>SKENARIO IV</b> (S dikembangkan utk mengurangi T)	<b>SKENARIO III</b> (W dikembangkan utk mengurangi T)

#### D. Langkah Strategis Stakeholders

Langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengembangkan produk unggulan daerah batik tulis adalah sebagai berikut:

##### 1. Pemerintah Daerah

Untuk mempercepat pembangunan produk unggulan daerah batik tulis, maka pemerintah daerah sebagai pengambil kebijakan pembangunan harus selalu mengintegrasikan semua lintas pelaku, termasuk berbagai unsur dalam pemerintah daerah, pebisnis, organisasi nirlaba dan penduduk lainnya. Lintas pelaku harus bekerjasama untuk membuat kerangka kerja formal dan informal atau lembaga untuk mendorong interaksi dan mengatur hubungan antar lembaga. Fleksibilitas harus

menjadi kunci dari kerangka kerja dan lembaga yang harus menyalurkan perhatian dan kepentingan yang relevan dalam proses dan mobilisasi sumber daya masyarakat.

Percepatan pembangunan pemerintahan daerah mungkin memerlukan pendirian suatu organisasi pengembangan khusus, yang bertanggungjawab dalam pengordinasian seluruh lintas pelaku dan berfungsi sebagai juru bicara rencana aksi atau platform yang ingin dituju. Organisasi ini harus membentuk jejaring untuk pembangunan daerah untuk peningkatan efisiensi pengalokasian sumberdaya serta berbagai pengetahuan dan informasi. Operasionalisasi dan pembiayaan organisasi ini harus didukung oleh lintas pelaku daerah. Salah satu misi utama dari pemerintah daerah adalah menggambarkan dan mengimplementasikan seluruh strategi pembangunan. Proses ini harus dimulai dengan penetapan tujuan yang jelas dan memahami kondisi daerah setempat.

Entitas harus juga mempertimbangkan keberlanjutan pada semua tahapan perencanaan dan implementasi untuk menjamin suatu lingkungan yang sehat dan suatu kualitas hidup yang baik. Strategi yang diterapkan haruslah dikembangkan dengan pembagian tenaga kerja antar pelaku sesuai dengan kekuatan dan sumberdaya mereka. Sejalan dengan tren desentralisasi, peran pemerintah daerah menjadi semakin penting dalam pembangunan. Otoritas pemerintah daerah harus menyediakan petunjuk dan bantuan untuk efektifitas dan efisiensi implementasi pengembangan strategi. Simplikasi dan deregulasi prosedur birokrasi harus dilakukan untuk mengurangi biaya bisnis. Pemerintah daerah harus menjembatani antara masyarakat dan otoritas pemerintah yang lebih tinggi.

## 2. Promosi Inovasi

Seorang wirausaha secara umum mampu memanfaatkan kesempatan untuk pengembangan kapasitas ekonomi dan pengalokasian sumber daya secara efektif. Sejalan dengan tren baru dalam pembangunan ekonomi, wirausaha juga harus mampu menghadapi kompetisi dan berinovasi, menghasilkan pertumbuhan ekonomi, pembaharuan teknologi, penciptaan lapangan kerja dan perbaikan kesejahteraan masyarakat setempat.

Sumber daya lokal harus dimanfaatkan untuk mendorong pengembangan bisnis dengan memfasilitasi pengusaha untuk mengakses informasi, ilmu pengetahuan, teknologi, modal, dan sumber daya manusia yang dibutuhkan bagi keberhasilan bisnisnya. Lebih penting lagi, otoritas daerah harus mampu melakukan upaya penyederhanaan proses administrasi bagi usaha pemula (*new business start-up*).

Sistem inovasi lokal merupakan mekanisme fundamental untuk penguatan kapasitas inovasi ditingkat lokal. Adapun aktor utama dalam sistem ini meliputi pemerintah setempat, industri, lembaga riset dan perguruan tinggi. Untuk penguatan produk unggulan daerah batik tulis, pemerintah daerah perlu mengembangkan kolaborasi antara industri dan perguruan tinggi dengan menyediakan insentif untuk pengembangan

usaha patungan antara pengusaha daerah dan perguruan tinggi. Pengembangan inkubator akan meningkatkan diseminasi ilmu pengetahuan dalam sistem inovasi.

## 3. Pengembangan SDM.

Kebijakan tenaga kerja terkait erat dengan strategi pengembangan ekonomi dan kebijakan stabilitas sosial. Dan keberhasilan pada satu sisi suatu kebijakan tergantung pada keberhasilan yang lain. Unsur-unsur interaksi mempengaruhi keberhasilan kebijakan tenaga kerja meliputi seberapa baik kebijakan itu sejalan dengan seluruh strategi pengembangan ekonomi, yang juga harus membangun jejaring dengan layanan organisasi ekonomi dan sosial lain, dan bagaimana kondisi sosial dan ekonomi mempengaruhi fleksibilitas implementasinya.

Produk unggulan daerah batik tulis dan bisnis pemula menjadi penciptaan tenaga kerja di tingkat lokal. Penumbuhan produk unggulan daerah batik tulis pemula mempunyai andil penting dalam penyusunan kebijakan tenaga kerja diberbagai Kecamatan di daerah Bantul. Agar kebijakan produk unggulan daerah batik tulis berjalan dengan baik, otoritas pemerintah daerah harus melibatkan mereka dalam setiap proses penyusunan dan implementasi kebijakan.

Pendirian organisasi pelatihan lokal perlu koordinasi antar pembisnis, tenaga ahli, dan perguruan tinggi. Masukan dari pebisnis dapat membantu menjamin kandungan pelatihan dapat merefleksikan keterampilan yang sesuai dengan alam kebutuhan pasar tenaga kerja. Otoritas daerah dapat menawarkan insentif untuk mengembangkan pelatihan keterampilan, dan mendorong partisipasi dalam pelatihan.

Dalam era globalisasi, keterampilan yang dibutuhkan pasar berubah cepat. Tenaga kerja harus fleksibel mampu beradaptasi dengan perubahan. Oleh karena itu sangat penting untuk mempercepat kapasitas pekerja untuk mempelajari keterampilan baru, dan alih keterampilan bagi industri yang lain.

## 4. Dukungan Finansial

Produk unggulan daerah batik tulis biasanya diiringi dengan kebutuhan modal. Produk unggulan daerah batik tulis yang semakin berkembang, disebabkan karena semakin besarnya pula peluang usaha yang dapat diakses. Dalam kondisi tersebut biasanya produk unggulan daerah batik tulis tidak dapat mengembangkan usahanya lebih jauh lagi, karena kurangnya dukungan dana. Di sinilah pentingnya lembaga pemberi modal memainkan peranannya, sekaligus melakukan pendampingan.

Sejumlah mekanisme dapat dilakukan sesuai dengan keragaman kondisi yang dihadapi produk unggulan daerah batik tulis berkaitan dengan akses finansial. Untuk pembiayaan usaha mikro biasanya memerlukan pengembangan lembaga keuangan mikro dan ketersediaan kredit yang dapat diakses mereka. Lembaga keuangan mikro bisa berbentuk bank atau non bank, termasuk koperasi. Bagi usaha pemula, pengembangan jejaring lokal usaha malaikat (*business angels*) dapat mengatasi sebagian masalah mereka. Lembaga jaminan kredit termasuk di

tingkat lokal juga memadai untuk pasar lokal yang lebih kecil.

Tujuan pengembangan lembaga jaminan kredit untuk menjamin keamanan pembiayaan produk unggulan daerah batik tulis, membantu produk unggulan daerah batik tulis mengatasi keterbatasan agunan, meningkatkan minat lembaga keuangan memberikan kredit kepada produk unggulan daerah batik tulis dan mendukung lembaga lain yang telah berusaha membantu produk unggulan daerah batik tulis, sebab selama ini perbankan tidak kondusif dalam memberikan pinjaman kredit, karena kredit yang mereka kucurkan selalu berdasarkan 5 C, yakni *character, capacity, capital, condition of economic, and collateral*.

Akibatnya perbankan selalu menerapkan berbagai persyaratan jaminan keamanan kredit yang disalurkannya. Apalagi mereka juga sering kali tidak membedakan persyaratan kredit antara usaha mikro atau kecil dengan usaha besar. Karena itulah pemerintah mendukung peran serta lembaga keuangan lain sebagai alternatif solusi didalam pemberdayaan produk unggulan daerah batik tulis.

#### 5. Strategi Pemasaran.

Di banyak daerah, masalah strategi pemasaran menjadi perhatian utama, khususnya untuk produk budaya lokal. Industri budaya lokal yang tradisional mungkin masih menggunakan metode pemasaran kadaluarsa. Ini bisa membuat industri ini mengalami penurunan.

Tetapi, upaya mengembangkan industri budaya lokal dengan pemasaran inovatif dan modern bisa membantu meraih kembali keuntungan pasar. Kebijakan seperti ini dapat mencegah hilangnya nilai budaya dan sejarah karena dampak globalisasi. produk unggulan daerah batik tulis merupakan ekspresi budaya dan seni, yang biasanya banyak menarik bagi pembeli asing dan memiliki potensi ekspor tinggi. Walaupun secara umum, sebagian dari industri ini adalah usaha mikro yang kesulitan pemasaran di luar negeri.

Pengembangan *e-commerce* merupakan strategi yang dapat membantu memasarkan produknya keluar negeri dengan biaya yang murah. Sebelum itu, memperkecil kesenjangan digital perlu dilakukan dan sekaligus pembangunan infrastruktur internet.

Untuk mengatasi keterbatasan ukuran dan sumber daya, pembisnis budaya lokal dapat menerapkan strategi pembangunan kerjasama, seperti kerja sama pemasaran dengan pebisnis produk unggulan daerah batik tulis dan bisnis lain yang saling menguntungkan. Para pasangan bisnis ini dapat bekerja sama untuk membangun asosiasi atau jejaring untuk mempromosikan produk.

#### 6. Membangun Kemitraan

Pembangunan daerah sebagian besar tergantung pada kemitraan antara pemerintah, pelaku bisnis dan lembaga non pemerintah. Kemitraan ini memfasilitasi koordinasi dan kerja sama. Pasangan lokal darisektor swasta dapat membantu mengeksplorasi kesempatan daerah dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang sesuai

dengan kebutuhan setempat. Kunci utama dari kemitraan ini adalah mekanisme untuk mengatur dan mengkoordinir secara benar sumber daya dan upaya-upaya yang berbeda dari para pelaku yang berbeda. Perencanaan dan implementasinya dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kekuatan masing-masing. Selama dalam proses ini penting untuk diperhatikan, yakni membentuk jejaring kerjasama dan mengembangkan rasa saling percaya. Karena keterbatasan institusionalisasi, kemitraan untuk pembangunan daerah kerap kurang berjalan dengan stabil. Oleh karena itu pemerintah daerah harus memimpin di depan dalam membangun mekanisme yang lebih stabil dan formal untuk membantu memberikan kemitraan sebagai basis pelembagaan dan kemampuan merancang dan menerapkan rencana pengembangan.

Konsep kemitraan untuk pembangunan produk unggulan daerah batik tulis hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Sejalan dengan filosofi CSR, perusahaan ingin mendedikasikan dirinya untuk membangun kemitraan lokal, memperkuat kapasitas lokal, perlindungan lingkungan dan berkontribusi dana untuk pengembangan produk unggulan daerah batik tulis. Kesadaran akan pentingnya CSR diantara para pebisnis menjadi prasyarat penting untuk melibatkan para pebisnis dalam kemitraan untuk produk unggulan daerah batik tulis. Membangun kesadaran ini merupakan bidang yang perlu menjadi perhatian pemerintah daerah.

### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Peran Pemerintah Kabupaten Bantul dalam mengembangkan batik tulis sebagai produk unggulan daerah antara lain:
  - a. Membuat kebijakan dan akselerasi dalam mendukung pengembangan batik tulis sebagai produk unggulan daerah.
  - b. Melestarikan batik tulis Bantul serta mendorong pengembangan pengrajin batik agar batik Bantul go internasional.
  - c. Mengintegrasikan semua lintas pelaku, termasuk berbagai unsur dalam pemerintah daerah itu sendiri, pelaku bisnis batik tulis, organisasi nirlaba, akses pasar, dan masyarakat.
  - d. Melakukan kerjasama dalam akses permodalan dan pemasaran batik tulis dengan instansi atau lembaga pemerintah daerah lain, pelaku bisnis, maupun investor.
2. Peran pengrajin dalam mengembangkan batik tulis sebagai produk unggulan daerah antara lain:
  - a. Meningkatkan kemampuan sumberdaya manusia pengrajin batik tulis di Kabupaten Bantul dalam pemanfaatan teknologi informasi, model, dan desain batik.
  - b. Meningkatkan kemampuan pengrajin batik tulis dalam mendukung pelayanan distribusi dan pemasaran produk batik tulis melalui jejaring sosial.

- c. Meningkatkan produk batik tulis bantu baik secara kualitas dan kuantitas produk untuk menghadapi daya saing pada pasar global dan MEA.
3. Kendala yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Bantul dalam mengembangkan batik tulis sebagai produk unggulan daerah antara lain:
    - a. Kurangnya sumberdaya manusia di tingkat pemerintah dalam membimbing dan mendampingi secara intensif kelompok pengrajin batik tulis.
    - b. Keterbatasan anggaran pemerintah dalam mendukung pengembangan batik tulis sebagai produk unggulan di Kabupaten Bantul.
  4. Kendala yang dihadapi pengrajin dalam mengembangkan batik tulis sebagai produk unggulan daerah antara lain:
    - a. Keterbatasan permodalan di beberapa pengrajin batik tulis.
    - b. Lamanya proses pembuatan batik tulis, sehingga untuk pembuatan skala besar perlu waktu lama.
    - c. Terbatasnya pengrajin yang membatik, kebanyakan pembatik berusia tua.
  5. Konsep, strategi, dan program pengembangan batik tulis sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Bantul dapat dilakukan antara lain:
    - a. Peningkatan alokasi anggaran dalam mendukung pengembangan batik tulis sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Bantul.
    - b. Peningkatan kapasitas sumberdaya manusia bagi pengrajin batik tulis dalam meningkatkan kualitas produk, jaringan pemasaran dan distribusi, penguatan permodalan, dan penggunaan teknologi dan informasi.
    - c. Pemanfaatan pewarna alami sebagai bahan baku untuk mewarnai batik tulis sebagai ciri khas batik tulis produksi Kabupaten Bantul.
    - d. Pembautan desain atau corak batik yang lebih inovatif dan disukai pasar, tetapi tidak terlepas dari konsep ciri khas desain batik tulis Bantul.
    - e. Perlunya regenerasi pengrajin batik tulis, sebagai pelaku pembatik yang rata-rata berusia tua, mengarahkan pembatik yang berusia masih muda.

#### B. Saran

Untuk mencapai produk unggulan daerah batik tulis di Kabupaten Bantul, ada beberapa saran, yaitu:

1. Perlunya pemerintah maupun perbankan dalam meningkatkan sarana dan prasarana penunjang kegiatan batik tulis serta membantu dan mempermudah dalam akses permodalan bagi pelaku usaha batik tulis di Kabupaten Bantul.
2. Pengembangan kelembagaan bagi pelaku usaha industri batik tulis agar lebih dikelola secara baik dengan

sistem manajemen industri berbasis teknologi informasi.

3. Pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan inovasi baik dari desain, model, corak, dan pemanfaatan pewarna alami agar mampu bersaing di pasar nasional dan internasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Anjal Anie, 2004, Pola Pemasaran Yang Efektif Untuk UKM. Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta.
- Ayyagari, Ramakrishna, 2006, "Examination of Hedonism in TAM Research", Proceedings of Southern Association for Information Systems Conference.
- Darmawansyah. (2003). Pengembangan Komoditi Unggulan Sebagai Basis. Ekonomi Daerah. Bogor: Tesis S-2 Program Pasca Sarjana IPB.
- Desrochers P, Sautet F. 2004. Clusters-Based Economic Strategy, Facilitation Policy and the Market Process. Review of Austrian Economics, Jun: 17: 2-3.
- Elmi Bachrul dan Syahrir Ika, 2002, Hutang Sebagai Salah Satu Sumber Pembiayaan Pembangunan Daerah Otonom, Kajian Ekonomi dan Keuangan Volume 6 No. 1, Jakarta.
- Hasan, M. Iqbal, Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.
- Karmadi. 2003. Analisa Efisiensi dan Produktivitas Home Industri Lendre (Studi Kasus Desa Padangan Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro). Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Munir, R. 2007. Pengantar Pratikum pengolahan Citra. Bandung: Penerbit ANDI.
- Porter, Michael E, (1996), Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing, Erlangga, Jakarta
- Pranadji, T. 2003. Otonomi Daerah dan Daya Saing Agribisnis: Pelajaran dari Propinsi Lampung. Analisis Kebijakan Pertanian, Volume 1 No. 2, Juni 2003.
- Sidik, Machfud, 2002, Optimalisasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah, Orasi Ilmiah Disampaikan pada Acara Wisuda XXI STIA LAN, Bandung, 10 April 2002.
- Sudarsono, 2001. Konsep Ekonomi: Uang dan Bank. Rineka Cipta: Jakarta.
- Syafrizal, 1997. Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Regional Wilayah Wilayah Indonesia Bagian Barat. Prisma LP3ES, 3,27-38.
- Wardoyo, T.S., dan Lena. (2010). Peran Auditor Internal Dalam Menunjang Pelaksanaan Good Corporate Governance. Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi, 3 (1) september , hal. 9