

PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK RIAU PADA RUMAH KREATIF CEMPAKA DI KECAMATAN RUMBAL PESISIR KOTA PEKANBARU

Oleh :

Dede Widiasti

Pembimbing: Wahyu Hamidi dan Jahrizal

Faculty Of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Email:dedewidiasti@yahoo.com

The Development Of Riau Batik Industry In Rumah Kreatif Cempaka At Subdistrict Of Rumbai Pesisir Of Pekanbaru

ABSTRACT

This research was aimed to find out the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats in Riau Batik Industry of Rumah Kreatif Cempaka at subdistrict of Rumbai Pesisir of Pekanbaru and to formulate the suitable strategy to develop the industry This research was a descriptive research. It had primary and secondary data that were analyzed using SWOT analysis method. SWOT analysis method is a strategic planning method used to evaluate Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats involved in one project. Based on the SWOT analysis, it was found out the internal factors that influence the development of the industry were; It had unique products and high competitiveness as main Strength with 1,74 score. The main weakness was the insufficiency of the raw materials which reached score up to 1,1. The external factors were Opportunities and Threats. The main opportunities factor in this industry was the existence of regulation and policy from the government about the development of creative industry which reach score up to 1,67. Meanwhile the main Threats factor of the Industry was the excessive similar products with different materials in the market which reached score up to 1,1. Based on the IFAS table, the difference between the Strengths factor and Weaknesses factor was 0,64 and from EFAS table the difference of Opportunities and Threats factor was 0,57. Therefore SWOT analysis could be made, it could be found out that the position of Rumah Kreatif Cempaka is in Cell-1 which meant the Aggressive Strategy was more focus on Strengths Opportunities Strategy (SO).

Keywords: Riau Batik Industry, Development, Rumah Kreatif Cempaka and SWOT.

PENDAHULUAN

Potensi Industri Batik Riau di Kota Pekanbaru secara ekonomi cukup memberikan pendapatan yang besar kepada Kota Pekanbaru, baik

dari segi penyerapan tenaga kerja maupun pemasukan pajak. Selain kerajinan yang dapat mengembangkan kreatifitas masyarakat, industri batik riau diharapkan menopang kreatifitas

kerajinan dalam industri tekstil dan sejenisnya.

Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki seni dan motif batiknya sendiri, tak terkecuali Riau yang mempunyai ciri khas “Batik Tabir Riau” meski demikian tak banyak orang yang mengetahui keberadaan batik Riau, hal ini karena kurangnya promosi dan pemasaran dari pengrajin batik Riau. Tentunya di Riau sendiri kita akan menemukan corak batik Riau yang kental. Jadi dapat disimpulkan bahwa batik merupakan milik Indonesia secara keseluruhan bukan identik dengan sebuah daerah tertentu saja seperti halnya dengan Rumah Kreatif Cempaka.

Batik merupakan salah satu ciri khas budaya bangsa Indonesia apalagi sejak diakuinya batik Indonesia sebagai “Warisan Budaya Dunia Tak Berbentuk (*Intangible World Heritage*)” pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh Badan PBB yaitu *Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO) serta mempunyai keunggulan komparatif dibidang ekonomi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu artinya bahwa batik telah memperoleh pengakuan internasional sebagai salah satu mata budaya Indonesia, sehingga diharapkan dapat memotivasi dan mengangkat harkat para perajin batik dan mendukung usaha meningkatkan kesejahteraan rakyat (Syarif Nurhidayat, 2010:15).

Respon baik dari masyarakat menyebabkan permintaan pasar untuk konsumsi lokal dan luar negeri terbuka luas, sehingga memberikan peluang yang besar untuk perkembangan industri ini agar semakin pesat. Industri kerajinan

batik merupakan industri yang sudah tersebar di seluruh Indonesia. Karena potensi pasar industri kerajinan yang luas dan beragam membuat industri ini mampu terus bertahan dan tumbuh di saat kondisi perekonomian tidak stabil. Faktor lain yang membuat industri kerajinan menarik dicermati adalah kebanyakan industri ini dilandasi hobi serta unsur tradisi dan budaya. Indonesia memiliki budaya yang sangat beragam sehingga dapat menjadi tempat tumbuh dan berkembangnya industri kerajinan (Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2007).

Menurut Dewan Kerajinan Nasional Daerah (2009), mendefinisikan Industri Kerajinan yang merupakan bagian dari Industri Kreatif sebagai kegiatan yang berkaitan dengan 4 kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), tanah liat, dan kapur.

Merujuk pada buku pedoman Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025 yang diterbitkan oleh Departemen Perdagangan, ada 15 Subsektor Industri Kreatif Indonesia, yakni: (1) Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Pasar Barang dan Seni; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) Feysen; (7) Video, Film, dan Fotografi; (8) Permainan Interaktif; (9) Musik; (10) Seni Pertunjukan; (11) Penerbitan dan Percetakan; (12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak; (13) Televisi dan Radio; (14) Riset dan

Pengembangan; (15) Kuliner. Dari ke lima belas subsektor tersebut nantinya diharapkan akan mampu memberikan dorongan terwujudnya pencapaian Visi Ekonomi Keratif Indonesia 2025.

Produksi batik yang cenderung mengikuti selera konsumen menyebabkan Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka ini memiliki motif yang beragam, sehingga menarik untuk dilirik oleh masyarakat baik dalam Kota Pekanbaru maupun luar Kota Pekanbaru. Tentunya ini dapat menambah penghasilan pemilik maupun pengrajin batik, Hal ini membuat motif batik melayu riau menjadi unik dan berpeluang besar memperluas pemasaran karena bisa mengikuti permintaan pasar.

Akan tetapi pembuatan batik secara tradisional yang bertopang pada pengusaha-pengusaha kecil masih dipertahankan sebagai usaha utama pada sebagian besar masyarakat karena harga jual produksinya yang sangat tinggi, serta untuk menjaga kelestarian budaya batik indonesia yang bercorak budaya khas melayu riau. Persebaran Industri Menengah di Kota Pekanbaru pada tahun 2015 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1
Banyaknya Kegiatan Industri, Tenaga Kerja dan Investasi dirincimenurutKecamatan di Kota Pekanbaru, 2015

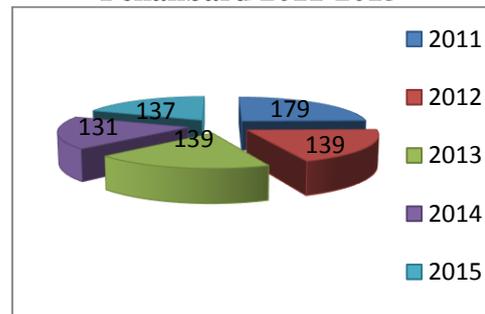
| Kecamatan | Unit Usaha | Tenaga Kerja | Investasi |
|----------------|------------|--------------|-----------|
| Tampan | 18 | 119 | 1.440.200 |
| Payung Sekaki | 39 | 289 | 8.600.140 |
| Bukit Raya | 9 | 37 | 728.835 |
| Marpoyan Damai | 13 | 108 | 4.749.800 |
| Tenayan Raya | 11 | 74 | 2.321.885 |

| | | | |
|----------------|------------|-------------|-------------------|
| Lima Puluh | 3 | 16 | 36.000 |
| Sail | 1 | 3 | 20.200 |
| Pekanbaru Kota | 6 | 214 | 1.764.743 |
| Sukajadi | 19 | 81 | 1.828.550 |
| Senapelan | 4 | 7 | 101.000 |
| Rumbai | 11 | 109 | 2.597.010 |
| Rumbai Pesisir | 3 | 10 | 91.000 |
| Jumlah | 137 | 1067 | 24.279.863 |

Sumber: *Disperindag Kota Pekanbaru, 2016*

Dari table 1 diatas menunjukkan bahwa Industri Menengah di Kota Pekanbaru tersebar di 12 kecamatan yang ada di Pekanbaru secara keseluruhan jumlah usah, Jumlah Tenaga Kerja dan Investasi terbanyak terdapat di kecamatan payung sekaki yaitu sebanyak 289 Orang dan sebesar 39 Unit. Sedangkan investasi sebesar 8.600.140 sehingga dapat berkontribusi besar dalam perekonomian Kota Pekanbaru.

Gambar 1
Perkembangan Industri di Kota Pekanbaru 2011-2015



Sumber: *Disperindag Kota Pekanbaru, 2016*

Dari Gambar 1 dapat disimpulkan bahwa Perkembangan Industri Kecil di Kota Pekanbaru dari tahun 2011 hingga 2015 sempat mengalami perkembangan pada tahun 2011 sebesar 15% dan sempat mengalami penurunan yang drastis pada tahun 2013 sebesar 39% dan

pada tahun selanjutnya sedang dalam tahap penstabilan kembali.

Hal tersebut menuntut pengusaha batik dalam negeri untuk dapat bersaing, termasuk pengusaha batik riau rumah kreatif cempaka diharapkan dapat membuat inovasi-inovasi terbaru untuk mengembangkan kreatifitas dan kualitas motifnya agar dapat berkompetisi dalam persaingan yang sangat ketat, produksi batik riau di kota pekanbaru diharapkan mampu bersaing dengan produk tekstil yang bercorak batik. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan teknik produksi dan kreatifitas baik dalam corak maupun model agar mampu memproduksi dengan lebih efektif dan efisien juga dapat menghasilkan produk batik yang berkualitas dan memiliki ciri khas sendiri dalam produksinya sehingga mempunyai daya saing yang tinggi di pangsa pasar lokal maupun luar negeri.

Menurut Yudhoyono(2012) Selain Cina, negara tetangga yaitu Malaysia juga sedang giat mengembangkan industri batiknya sendiri. Tidak hanya harus berhadapan dengan para pesaing dari luar negeri, Industri Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka juga harus berhadapan dengan pesaing-pesaing lokal dari berbagai kota di Indonesia yang juga mulai mengembangkan usaha batiknya terlebih dulu. Tidak hanya daerah-daerah pusat batik seperti

Pekalongan, Yogyakarta, Semarang, Indramayu, Cirebon dan Madura yang sudah berkembang terlebih dahulu baik dalam motif, desain, dan produknya, tetapi juga menjadi magnet bagi daerah-daerah lain yang karya batiknya belum dikenal untuk

memunculkan desain batik dengan corak-corak baru.

Hal ini tentu saja membuat Industri Batik Riau memiliki semakin banyak pesaing sedangkan tantangan lainnya yaitu berupa terjadinya lonjakan harga bahan baku batik setiap tahunnya. Secara Umum Bahan baku batik seperti kain mori, lilin atau malam, dan pewarna selalu mengalami peningkatan sehingga biaya produksi naik, selain itu alat-alat untuk membatik juga sebagian masih dikirim dari Jawa misalnya canting yang masih di pesan dari Jakarta dan malam yang juga masih dipesan dari Pekalongan sehingga membuat batik tulis di kota pekanbaru memiliki ongkos produksi yang cukup tinggi (Pengrajin Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka). Karena Industri ini sangat berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut terkait dengan trend penggunaan batik yang semakin diminati dalam berbagai produk masa kini.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana Kelemahan, Kekuatan, Peluang dan Ancaman pada Industri Kerajinan Batik Riau pada Rumah Kreatif Cempaka di Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru? (2) Strategi apa yang harus diambil oleh Pengusaha Industri kerajinan Batik Riau pada Rumah Kreatif Cempaka di Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui Kelemahan, Kekutan, Peluang dan Ancaman pada Industri Kerajinan Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka di Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota

Pekanbaru (2) Merumuskan strategi apa yang harus diambil dalam upaya pengembangan Industri Kerajinan Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka di Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Ekonomi Industri

Ekonomi Industri merupakan Cabang Ilmu yang khusus mempelajari tentang organisasi industri, Organisasi industri berkaitan erat dengan kebijaksanaan pemerintah dalam usaha mencapai tujuan, yaitu tercapainya efisiensi di tingkat perusahaan, industri dan efisiensi ekonomi nasional secara keseluruhan (Jaya, 2001).

Menurut Teguh (2010:10) Pengertian Ilmu Ekonomi industri adalah suatu studi mengenai perilaku perusahaan-perusahaan industri. Sedangkan Industri Sendiri adalah merupakan suatu kumpulan-kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis, atau produk pengganti yang mendekati.

Menurut Dumairy (2000:227) Industri mempunyai dua pengertian. Pertama, Industri merupakan gabungan dari beberapa perusahaan sejenis. Dalam konteks penelitian ini, industri Kerajinan adalah sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk sejenis yaitu Kerajinan. Kedua, Industri diartikan sebagai sebuah sektor ekonomi dengan kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan pengolahan yang bersifat mesinal, elektrikal, ataupun manual.

Pengelompokan Industri

industri merupakan suatu usaha atau kegiatan ekonomi dengan tujuan menghasilkan dan atau menjual barang dan jasa, yang terletak atau menempati lokasi tersendiri dan bersifat menetap, mempunyai aktivitas dan catatan administrasi yang dapat dipisahkan dari kegiatan lain serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab penuh serta dapat menjamin kelangsungan usaha tersebut dan BPS sendiri mengklasifikasikan Industri menjadi 5 golongan yaitu sebagai berikut:

- 1) Industri Besar yaitu Perusahaan Industri yang memiliki tenaga kerja 100 orang atau lebih.
- 2) Industri Sedang yaitu Perusahaan Industri yang memiliki tenaga kerja 20 sampai 99 orang.
- 3) Industri Kecil yaitu Perusahaan Industri yang memiliki tenaga kerja 5 sampai 19 orang.
- 4) Industri Mikro yaitu Perusahaan Industri yang mempunyai tenaga kerja kurang dari 5 orang.
- 5) Industri Rumah Tangga yaitu Industri yang Menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 orang (Badan Pusat Statistik, 2015).

Dilihat dari klasifikasi industri diatas bahwa Industri Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka adalah termasuk Industri Sedang. Meskipun demikian, tekanan kajian ilmu ekonomi industri tetap bertumpu kepada mempelajari mengenai perilaku perusahaan-perusahaan industri.

Faktor Produksi

Dalam Industri Batik terdapat beberapa Faktor Produksi (Input) yang mempengaruhi Jumlah Output Industri Batik, antara lain :

1) Faktor Produksi Modal (*Capital*)

Menurut Kamus Ekonomi modal adalah objek-objek material yang digunakan untuk memproduksi kekayaan atau untuk menyelenggarakan jasa-jasa ekonomi. Modal merupakan salah satu dari empat faktor produksi yang dalam ilmu ekonomi biasanya dianggap penting bagi sebuah kesatuan produktif dan usaha buatan manusia yang terdiri dari bangunan, mesin, jalan kereta api, bahan mentah, persediaan barang jadi maupun barang setengah jadi.

2) Faktor Produksi Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi, baik dalam kuantitas dan kualitas. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu hingga dicapai hasil yang optimal.

3) Faktor Produksi Bahan Baku

Bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup, proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti. Tersedianya bahan baku dalam jumlah yang cukup berkesinambungan dan harga yang relatif murah akan memperlancar produksi yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah produksi.

a. Kain Mori

Kain Mori yang banyak digunakan yaitu Mori Prima dan Primissima merupakan bahan dasar

yang paling banyak digunakan dalam proses produksi batik di kota Pekanbaru. Pilihan menggunakan kain mori karena harga yang relatif dapat terjangkau oleh pengusaha batik, Walaupun ada kain yang lebih bagus yaitu kain sutra yang harganya relatif mahal.

b. Malam

Malam merupakan bahan yang digunakan untuk membuat motif dan untuk melepah kain mori setelah motifnya jadi dan jika akan memberikan warna pada kain.

c. Obat Pewarna

Obat Pewarna merupakan bahan yang digunakan untuk memberi warna yang diinginkan pada kain batik, terdiri dari pewarna alam dan pewarna sintesis.

Analisis Swot

Menurut Rangkuti (2005), Analisis SWOT adalah Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Tujuannya untuk memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Matrik SWOT merupakan alat percocokan yang penting untuk membantu para manajer untuk mengembangkan 4 tipe strategi diantaranya:

a. Strategi SO: (*Strength dan Opportunities*)

b. Strategi WO: (*Weaknes dan Opportunities*)

c. Strategi ST: (*Strength dan Threats*)

d. Strategii WT: (*Weaknes dan Threats*)

Dalam analisis SWOT dilakukan perbandingan antara

faktor-faktor strategi internal maupun eksternal untuk memperoleh strategi terhadap masing-masing faktor tersebut, kemudian dilakukan skoring. Berdasarkan hasil yang diperoleh kemudian ditentukan fokus rekomendasi strategi.

Analisis yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah Matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 2
Alternatif Pengembangan SWOT secara matrik

| Faktor Internal \ Faktor Eksternal | <i>Strength</i> (S) Menentukan beberapa faktor kekuatan Internal | <i>Weakness</i> (W) Menentukan beberapa faktor kelemahan internal |
|---|--|--|
| <i>Opportunity</i> (O) Menentukan beberapa faktor peluang internal | (Strategi S-O) Menciptakan situasi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | (Strategi W-O) Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| <i>Threat</i> (T) Menentukan beberapa faktor ancaman Eksternal | (Strategi S-T) Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | (Strategi W-T) Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber: Rangkuti, 2006

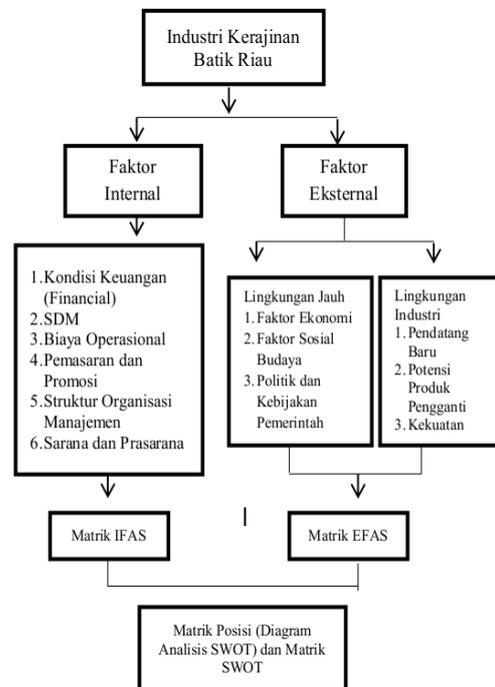
Dari tabel 2 diatas maka langkah-langkah dalam menentukan matrik swot adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi SO (*Strength-Opportunities*) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST (*Strengths-Threats*) Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang

dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

- 3) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Gambar 2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Olahan, 2016

METODE PENELITIAN

Jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer adalah Data yang diperoleh secara langsung dari

objek penelitian yang berasal dari Pengurus dan Pengrajin Batik Riau Rumah Kreatif Cempaka. Sedangkan Data sekunder adalah Data yang diperoleh dari berbagai sumber diantaranya: BPS Kota Pekanbaru, Dinas Perindustrian, Perdagangan Kota Pekanbaru dan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Provinsi Riau.

Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian ini dilakukan melalui Kuisisioner yaitu dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang hal yang terkait atau berhubungan dengan penelitian ini, Wawancara Yaitu mengajukan pertanyaan secara lisan kepada responden, dan Observasi Yaitu pengambilan data yang dilakukan dengan jalan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian.

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode Deskriptif untuk lebih dalam menjelaskan perkembangan industri batik riau pada rumah kreatif cempaka melalui analisis 5 faktor yaitu Spesifikasi Motif Batik, Modal, Tenaga Kerja, Pemasaran dan Penjualan. Di samping itu akan di analisis dengan metode SWOT.

Menurut Freddy Rangkuti (Prawitasari, 2010:27), SWOT adalah Identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal. Adapun matriks faktor strategi eksternal dan

matriks faktor strategi internal pada tabel berikut lalu disimpulkan dengan Matriks Posisi dan disimpulkan dengan Matriks Swot.

Tabel 3
Matriks Faktor Strategi Eksternal

| Faktor-faktor strategi Eksternal | Bobot | Rating | Skor Pembobotan (Bobot x Rating) |
|---|------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| Peluang (Opportunities/O) Peluang 1 Peluang 2 | Bobot Peluang 1 Bobot Peluang 2 | Rating Peluang 1 Rating Peluang 2 | |
| Jumlah O | A | | B |
| Ancaman (Threats/T): Ancaman 1 Ancaman 2 | Bobot Ancaman 1 Bobot Ancaman 2 | Rating Ancaman 1 Rating Ancaman 2 | |
| Jumlah O | C | | D |
| Total | (a+c) = 1 | | (b+d) |

Sumber: Rangkuti (dalam Prawitasari, 2010)

Tabel 4
Matriks Faktor Strategi Internal

| Faktor-faktor strategi internal | Bobot | Rating | Skor Pembobotan (Bobot x Rating) |
|--|--|--|----------------------------------|
| Kekuatan (Strengths/S) Peluang 1 Peluang 2 | Bobot Peluang 1 Bobot Peluang 2 | Rating Peluang 1 Rating Peluang 2 | |
| Jumlah O | A | | B |
| Kelemahan (Weaknesses/W) Ancaman 1 Ancaman 2 | Bobot kelemahan 1 Bobot kelemahan 2 | Rating kelemahan 1 Rating kelemahan 2 | |
| Jumlah O | C | | D |
| Total | (a+c) = 1 | | (b+d) |
| Matrik Total | (a+c) = 1 | | (b+d) |

Sumber: Rangkuti (dalam Prawitasari, 2010)

Gambar 3
Matriks Posisi



Sumber: Rangkuti, 2006

Dari Gambar 3 diatas maka dapat di tentukan bahwa:

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi difersifikasi (produk/jasa).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapakendala/kelemahan internal.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Definisi Operasional Variabel Variabel Faktor Internal

Menurut Rangkuti(2011) dalam Maryam (2011:50) Faktor internal yang berasal dari lingkungan dalam suatu perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki baik dari segi sumber daya fisik yaitu berupa peralatan atau fasilitas, sarana dan prasarana, kemudian sumber daya manusia meliputi karyawan, pelatihan, pengalaman, pengetahuan, keterampilan, dan kemauan, serta sumber daya organisasi yang meliputi struktur organisasi.

Faktor internal suatu perusahaan merupakan segala faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan tersebut adapun faktor-faktor internal yang dapat dianalisis adalah sebagai berikut:

1. Kondisi keuangan (*financial*)

Yaitu meliputi keadaan keuangan/financial yang ada didalam suatu industri, yaitu meliputi modal awal sampai keadaan keuangan perusahaan saat ini. Modal merupakan salah satu bentuk investasi awal yang menjadi penggerak didalam suatu industri.

2. Sumber Daya Manusia

Tingkat pendidikan dan keterampilan serta keahlian tenaga kerja industri mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk. Kualitas dari pengusaha juga mempengaruhi perkembangan industri kecil yang dikelolanya. Namun pada dasarnya yang paling dibutuhkan dalam usaha industri batik yaitu keuletan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja.

3. Produksi

a. Bahan Baku

Bahan baku adalah salah satu faktor produksi yang tidak dapat diabaikan keberadaannya. Keberlangsungan dari suatu industri akan banyak bergantung pada pasokan bahan baku. Jika bahan baku mudah didapat, serta efisiensi, maka ini merupakan kekuatan bagi proses kelancaran produksi perusahaan tersebut atau sebaliknya.

b. Teknologi

Teknologi merupakan peralatan-peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Penggunaan teknologi yang semakin canggih akan meningkatkan produktivitas perusahaan tersebut.

c. Kualitas dan harga produk

Kualitas dan harga produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan produktivitas perusahaan tersebut.

4. Biaya Operasional

Biaya operasional adalah seluruh jumlah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Apabila biaya operasional lebih besar dari pada pendapatan yang diterima. Maka perusahaan tersebut rugi namun jika biaya operasional lebih kecil dari pendapatan maka perusahaan tersebut laba.

5. Pemasaran dan Promosi

a. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu hal yang pokok dalam suatu usaha, karena tanpa adanya pemasaran barang yang dihasilkan tersebut tidak akan dapat terjual dan diketahui secara umum (dalam hal ini adalah konsumen).

b. Promosi

Promosi adalah usaha perusahaan dengan segala cara untuk mempengaruhi calon konsumen agar mau membeli dan memakai produk perusahaan tersebut dengan tindakan persuasif.

c. Struktur organisasi dan manajemen

Meliputi struktur organisasi (Sistem Informasi, Paten, Hak Cipta dan Sebagainya) dan manajemen perusahaan (Proses Perencanaan, Pengorganisasian, Pemotivasian, Pengontrolan, Pengendalian dan Perencanaan)

d. Sarana dan Prasarana

Menurut Kamus umum Bahasa Indonesia dalam (Soraya, 2011:24) Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan, sedangkan prasarana adalah segala yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses baik

itu usaha maupun pembangunan proyek dan sebagainya.

Variabel Faktor Eksternal

Menurut (Rangkuti, 2006) dalam (Reza, 2011:24) Analisis terhadap lingkungan eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi suatu perusahaan, sehingga perusahaan memiliki kemampuan untuk dapat merumuskan suatu strategi.

1) Lingkungan jauh perusahaan

Menurut (Pearch and Robinson, 2009) dalam (Reza, 2011) lingkungan jauh eksternal terdiri dari faktor-faktor yang bersumber dari luar dan biasanya tidak berhubungan dengan situasi operasional perusahaan yaitu politik, ekonomi, sosial, budaya, demografi, teknologi, atau sering disebut PEST.

a. Faktor Ekonomi

Menurut Umar (Dalam Ardhanawati, 2010:22) menjelaskan kondisi ekonomi suatu daerah atau Negara dapat mempengaruhi iklim bisnis suatu perusahaan. Semakin buruk kondisi ekonomi, semakin buruk pula iklim berbisnis.

b. Faktor sosial dan budaya

Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi suatu perusahaan mencakup keyakinan, nilai, sikap, opini yang berkembang dan gaya hidup dari orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan.

c. Faktor politik dan kebijakan pemerintah

Menurut Umar dalam (Ardhanawati, 2010:24) Arah kebijakan dan stabilitas politik pemerintah menjadi faktor penting bagi para pengusaha untuk menjelaskan usaha. Beberapa hal

yang perlu diperhatikan dari faktor politik agar bisnis dapat berkembang dengan baik adalah undang-undang tentang lingkungan dan perburuhan, peraturan tentang perdagangan dan kesehatan kerja dan sistem perpajakan.

2) Lingkungan industri meliputi

a. Pandangan Baru

Pandangan baru ke suatu industri membawa masuk kapasitas baru, keinginan untuk merebut bagian pasar (*marketshare*), dan sering kali sumber daya yang cukup besar. Besarnya ancaman masuk bergantung pada hambatan masuk yang ada dan pada reaksi dari peserta persaingan yang sudah ada menurut perkiraan calon pendatang baru.

b. Potensi pengembangan produk pengganti

Produk pengganti atau produk substitusi adalah produk lain yang dapat menjalankan fungsi yang sama seperti produk dalam industri produk substitusi merupakan sumber dari persaingan yang berasal dari luar industri. Pembeli sebagai faktor ancaman bagi perusahaan apabila mereka mempunyai kekuatan tawar menawar yang kuat, sehingga mereka dapat memaksa perusahaan untuk menurunkan harga dan menginginkan produk-produk dengan kualitas tinggi dengan pelayanan yang lebih baik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap usaha kerajinan industri batik riau pada rumah kreatif cempaka, diperoleh hasil penelitian mengenai faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal.

Tabel 5
Matriks IFAS

| NO | Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Skor (Bobot x Rating) |
|--------------------------------|---|-------------|-----------|-----------------------|
| Peluang (Opportunities) | | | | |
| 1 | Adanya peraturan dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 2 | Perkembangan ekonomi dan terbukanya peluang pasar | 0,063 | 3 | 0,189 |
| 3 | Adanya bentuk penghargaan yang diberikan pemerintah kota maupun nasional | 0,063 | 3 | 0,189 |
| 4 | Peningkatan jumlah konsumsi masyarakat pada kerajinan batik | 0,505 | 3 | 0,1515 |
| 5 | Banyaknya jumlah pesanan yang dilakukan oleh instansi pemerintah, jika mengadakan event (seperti kegiatan nasional, seminar, pameran) | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 6 | Adanya program pelatihan membuat kepada masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah setempat | 0,063 | 3 | 0,189 |
| 7 | Adanya kerja sama dengan baik antara dinas terkait dengan pemilik usaha kerajinan batik itu sendiri | 0,505 | 3 | 0,1515 |
| Jumlah | | 0,49 | 23 | 1,67 |
| Ancaman (Treath) | | | | |
| 8 | Munculnya pesaing | 0,125 | 2 | 0,25 |
| 9 | Adanya kenaikan bbm | 0,1 | 1 | 0,1 |
| 10 | Banyaknya beredar produk sejenis berbeda bahan baku dari produsen lain | 0,125 | 2 | 0,25 |
| 11 | Adanya posisi tawar menawar | 0,125 | 2 | 0,25 |
| 12 | Tingkat daya beli masyarakat rendah terhadap produk | 0,125 | 2 | 0,25 |
| Jumlah | | 0,51 | 9 | 1,1 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Internal, 2016

Dari tabel 5 diatas matriks Internal Factor Strategy (IFAS) diatas dapat diketahui bahwa skor faktor kekuatan (Strenght) 1,74 diatas faktor kelemahan (Weaknesses) 1,1 dengan selisih yaitu 0,64 (1,74-1,1).

Tabel 6
Matriks EFAS

| NO | Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Skor (Bobot x Rating) |
|--------------------------------|---|-------------|-----------|-----------------------|
| Peluang (Opportunities) | | | | |
| 1 | Adanya peraturan dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 2 | Perkembangan ekonomi dan terbukanya peluang pasar | 0,063 | 3 | 0,189 |
| 3 | Adanya bentuk penghargaan yang diberikan pemerintah kota maupun nasional | 0,063 | 3 | 0,189 |
| 4 | Peningkatan jumlah konsumsi masyarakat pada kerajinan batik | 0,505 | 3 | 0,1515 |
| 5 | Banyaknya jumlah pesanan yang dilakukan oleh instansi pemerintah, jika mengadakan event (seperti kegiatan nasional, seminar, pameran) | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 6 | Adanya program pelatihan membuat kepada masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah setempat | 0,063 | 3 | 0,189 |
| 7 | Adanya kerja sama dengan baik antara dinas terkait dengan pemilik usaha kerajinan batik itu sendiri | 0,505 | 3 | 0,1515 |
| Jumlah | | 0,49 | 23 | 1,67 |
| Ancaman (Treath) | | | | |
| 8 | Munculnya pesaing | 0,125 | 2 | 0,25 |
| 9 | Adanya kenaikan bbm | 0,1 | 1 | 0,1 |
| 10 | Banyaknya beredar produk sejenis berbeda bahan baku dari produsen lain | 0,125 | 2 | 0,25 |
| 11 | Adanya posisi tawar menawar | 0,125 | 2 | 0,25 |
| 12 | Tingkat daya beli masyarakat rendah terhadap produk | 0,125 | 2 | 0,25 |
| Jumlah | | 0,51 | 9 | 1,1 |

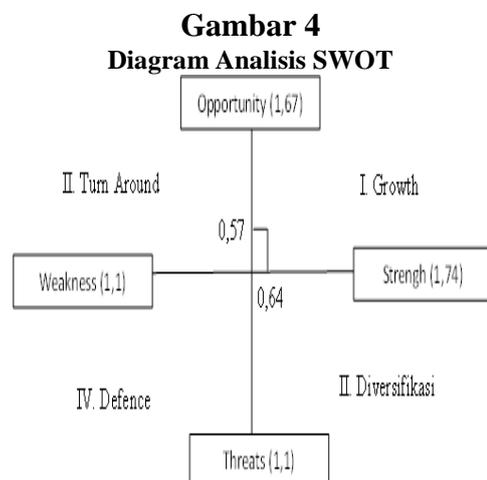
Sumber: Hasil Pengolahan Data Eksternal, 2016

Dari tabel 6 diatas matriks Eksternal Faktor Strategy (EFAS) di atas dapat diketahui bahwa skor faktor peluang (Opportunities) adalah 1,67 diatas faktor ancaman (treath) 1,1 dengan selisih 0,57 (1,67-1,1)

Matriks Posisi

Setelah melakukan perhitungan skala dari massing-masing faktor internal maupun eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matrik posisi. Matrik ini digunakan untuk melihat posisi strategi yang tepat bagi pengembangan usaha industri batik riau rumah kreatif cempaka.

Dari tabel 5 Matriks Internal Strategy (IFAS) menunjukkan bahwa selisih untuk faktor kekuatan (Strenght) atas faktor kelemahan (Weaknesses) yaitu 0,64 dan dari tabel 6 Matriks Eksternal Strategy (EFAS) selisih untuk peluang (Opportunities) atas faktor ancaman (Treath) adalah 0,57 Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan pada matrik posisi dalam diagram SWOT berikut:



Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2016

Dari gambar diagram analisis SWOT diatas menunjukkan bagaimana Rumah Kreatif Cempaka tersebut memperoleh strategi lebih detail dan mengetahui reaksi besar kecilnya strategi pemasaran usaha industri rumah kreatif cempaka ini, maka strategi ini berada pada daerah 1 (*Strategy Agresif*) ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growthoriented strategy*). Strategi *agresif* ini lebih fokus kepada strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan langkah-langkah kongkrit yang sebaiknya dilakukan oleh rumah kreatif cempaka berdasarkan pengembangan dari matrik posisi. Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT. Strategi utama yang daapat disarankan terdapat empat macam, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks EFAS dan IFAS di atas. Hasil analisis dapat dilihat pada label berikut. Keunggulan dari penggunaan model ini adalah mudah memformulasikan berdasarkan gabungan faktor eksternal dan internal.

Tabel 7
Matriks SWOT Rumah Kreatif Cempaka

| | | |
|---|--|--|
| Internal | Kekuatan (Strength) | Kelemahan (Weaknesses) |
| | <ol style="list-style-type: none"> Memiliki Peluang Usaha yang Bagus Memiliki Pimpinan yang Berjiwa Sosial Bertanggung Jawab, Cerdas, Kreatif, Semangat yang Besar dan Berjiwa Wirausaha Loyalitas Tenaga Kerja Tinggi Menggunakan Teknologi Sederhana Sarana dan prasarana yang Cukup Memiliki produk yang unik dengan harga terjangkau berkualitas dan berdaya saing tinggi Memiliki laba | <ol style="list-style-type: none"> Masih kurangnya inovasi produk Sistem administrasi keuangan yang masih sangat sederhana Promosi dan pemasaran produk kurang Masih kurangnya tenaga kerja handal, dan Bahan Baku yang masih kurang memadai |
| Eksternal | Peluang (Opportunities) | Strategi S-O |
| | <ol style="list-style-type: none"> Adanya peraturan dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif Perkembangan ekonomi dan terbukanya peluang pasar Adanya bentuk penghargaan yang diberikan pemerintah kota maupun nasional, Peningkatan jumlah konsumsi masyarakat pada kerajinan batik Banyaknya jumlah pesanan yang dilakukan oleh instansi pemerintah, jika mengadakan event (seperti kegiatan nasional, seminar, pameran) Adanya program pelatihan membuat kepada masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah setempat Adanya kerja sama dengan baik antara dinas terkait dengan pemilik usaha kerajinan batik itu sendiri. | <ol style="list-style-type: none"> Memperbahakan keadaan dan posisi saat ini dan berusaha lebih meningkatkan mutu dan kualitas produk. Memperluas pangsa pasar dan memperluas jaangkauan distribusi produk, seperti menjalin kerjasama dengan agen yang dapat meningkatkan penjualan dan Gencar melakukan promosi dan sosialisasi produk agar sampai ke masyarakat luas, baik di dalam kota maupun diluar kota. Menambah modal dan investasi, untuk memperluas kegiatan usaha. Menjaga hubungan baik serta loyalitas terhadap pelanggan. |
| | Ancaman (Threat) | Strategi S-T |
| <ol style="list-style-type: none"> Munculnya pesaing Adanya kenaikan bbm Banyaknya beredar produk sejenis berbeda bahan baku dari produsen lain Adanya posisi tawar | <ol style="list-style-type: none"> Lebih menonjolkan keunggulan produk agar lebih diminati. Meningkatkan kualitas produk dan mengikuti mode trend yang | <ol style="list-style-type: none"> Melakukan inovasi setiap produk Memperbaiki sistem administrasi keuangan dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Meningkatkan keterampilan SDM (Tenaga Kerja) dengan memanfaatkan pelatihan yang diberikan pemerintah. Jeminkan kerjasama yang baik dengan instansi pemerintahan terkait untuk hal pemasaran, sehingga distribusi produk lebih maksimal. |
| | | Strategi W-T |
| <ol style="list-style-type: none"> menawar Tingkat daya beli masyarakat rendah terhadap produk | <ol style="list-style-type: none"> sedang berkembang saat ini. Meningkatkan promosi produk dengan menggunakan media sosial cetak dan elektronik. Menetapkan harga yang wajar untuk menghadapi persaingan. | <ol style="list-style-type: none"> Memberikan pelatihan kepada pengrajin agar lebih meningkatkan keterampilan. Meningkatkan promosi dan pemasaran produk Selalu tanggap terhadap perubahan lingkungan eksternal dan selalu mengevaluasi kinerja usaha. Menjalin kerjasama (Marger) dengan penyedia bahan baku, agar dapat meminimalisir ongkos produksi. |

Sumber: Hasil Analisa Penulis, 2016

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan Pembahasan pada bagian sebelumnya, dihasilkan beberapa kesimpulan:

- Berdasarkan hasil analisis faktor internal diketahui beberapa faktor yang menjadi kekuatan Rumah Kreatif Cempaka antara lain: (1) Memiliki Peluang Usaha yang Bagus, (2) Memiliki Pimpinan yang Berjiwa Sosial Bertanggung Jawab, Cerdas, Kreatif, Semangat yang Besar dan Berjiwa Wirausaha, (3) Loyalitas Tenaga Kerja Tinggi, (4) Menggunakan Teknologi Sederhana, (5) Sarana dan prasarana yang

Cukup, (6) Memiliki produk yang unik berkualitas dan berdaya saing tinggi, dan (7) Memiliki laba.

- Sedangkan Faktor Internal yang menjadi Kelemahan Rumah Kreatif Cempaka antara lain: (1) Masih kurangnya inovasi produk, (2) Sistem administrasi keuangan yang masih sangat sederhana, (3) Promosi dan pemasaran produk kurang, (4) Masih kurangnya tenaga kerja handal, dan (5) Bahan Baku yang masih kurang memadai.

- Analisis Eksternal Menghasilkan beberapa peluang meliputi: (1) Adanya peraturan dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif, (2) Perkembangan ekonomi dan terbukanya peluang pasar, (3) Adanya bentuk penghargaan yang diberikan pemerintah kota maupun nasional, (4) Peningkatan jumlah konsumsi masyarakat pada kerajinan batik, (5) Banyaknya jumlah pesanan yang dilakukan oleh instansi pemerintah, jika mengadakan event (seperti kegiatan nasional, seminar, pameran), (6) Adanya program pelatihan membuat kepada masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah setempat dan (7) Adanya kerja sama dengan baik antara dinas terkait dengan pemilik usaha kerajinan batik itu sendiri.

- Sedangkan ancaman yang akan dihadapi rumah kreatif cempaka antara lain: (1) Munculnya pesaing, (2) Adanya kenaikan bbm, (3) Banyaknya beredar produk sejenis berbeda bahan baku dari produsen lain, (4) Adanya posisi tawar menawar, dan (5) Tingkat daya beli

- masyarakat rendah terhadap produk
5. Hasil analisis matrik posisi menunjukkan bahwa posisi Rumah Kreatif Cempaka berada pada daerah 1 (Strategi Agresif), Matrik Internal Strategi (IFAS) menunjukkan bahwa selisih untuk faktor kekuatan (*Strenght*) atas faktor kelemahan (*Weaknesses*) yaitu 0,64 dan dari Matrik Eksternal Strategy (EFAS) selisih untuk peluang (*Opportunities*) atas faktor ancaman (*Threats*) adalah 0,57.
 6. Hasil dari diagram analisis SWOT menunjukkan bagaimana Rumah Kreatif Ceempaka tersebut memperoleh strategi lebih detail dan mengetahui reaksi besar kecilnya strategi pemasaran usaha Rumah Kreatif Cempaka berada pada daerah 1 (*Strategy Agresif*) dimana strategi ini lebih fokus terhadap strategi SO (*Strength-Opportunities*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO adalah: Mempertahankan keadaan dan posisi saat ini dan berusaha lebih meningkatkan mutu dan kualitas produk, Memperluas pangsa pasar dan memperluas jangkauan distribusi produk, seperti menjalin kerjasama dengan agen yang dapat meningkatkan penjualan, Gencar melakukan promosi dan sosialisasi produk agar sampai ke masyarakat luas, baik di dalam kota maupun diluar kota, dan Menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Saran

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Kesimpulan diatas penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Rumah Kreatif Cempaka

Mempertahankan keadaan dan posisi saat ini sebagai penggerak usaha industri kreatif batik riau dan berusaha agar lebih meningkatkan mutu juga kualitas produk, Memperluas Pangsa Pasar dan memperluas jangkauan distribusi produk, seperti menjalin kerjasama dengan pengecer, semakin gencar melakukan promosi dan sosialisasi produk.

2. Pemerintah

Diharapkan kepada pemerintah (Instansi Terkait) lebih memperhatikan usaha kerajinan industri batik baik kepada rumah kreatif cempaka maupun kepada gerai batik yang sudah fakum karena kurangnya modal dan gerai batik yang mulai merintis, perhatian yang dilakukan berupa pelatihan terhadap tenaga kerja agar bertambah tenaga kerja yang kreatif dan handal, perlunya solusi agar pengusaha batik riau dengan mudah mendapatkan bahan baku sehingga dapat menekan biaya produksi yang masih tinggi agar dapat dijangkau oleh masyarakat menengah kebawah.

3. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai Peranan Pemerintah dalam Pengembangan Industri Batik Riau di Kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanareshwari, Putri. 2010. *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa Pembuatan Dan Perbaikan Furniture UD.Suryani Furniture*. [Skripsi] Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.

- Badan Pusat Statistik. 2015-2016. *Pekanbaru dalam Angka. Pekanbaru: Badan Pusat Statistik. Pekanbaru.*
- Dekranasda Prov. Riau. 2009. *“Khazanah Kerajinan Melayu Riau”* Adicipta Karya Nusa, Pekanbaru.
- Disperindag.2007. *Laporan Tahunan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru.*Pekanbaru.
- Dumairy. 2000. *Perekonomian Indonesia.* Erlangga. Jakarta.
- Jaya, Wihana K. 2001. *Ekonomi Industri Edisi 2.* Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Maryam, Selvia. 2011. *Pendekatan SWOT dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal.* [Skripsi] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nurhidayat, Syarif. 2010. *Eksistensi dan Perlindungan Karya Cipta Motif Batik Kebumen sebagai Kekayaan Intelektual Tradisional.* Tesis. Semarang: Program Pascasarjana UNDIP.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis,* Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- _____.2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis,* PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- _____.2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis,* PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Reza, M. 2011. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada EcoFarm, Kampus IPB Darmaga-Bogor.* [Skripsi] Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Soraya, Putri. 2011. *Studi Industri Kerajinan Serat Agel Di Desa Salamrejo Kecamatan Santolo Kabupaten Kulon Progo.* [Skripsi] Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi UniversitasNegeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Teguh, M. 2010. *Ekonomi Industri.* Rajawali Pers, Jakarta.
- Prawitasari, Sri Yati. 2010. *Analisis Daya Saing Industri Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Study pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang).* [Skripsi] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yudhoyono, Ani Bambang. 2012. *“Batikku: Pengabdian Cinta Tak Berkata”.* Gramedia. Jakarta.