

---

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PENGRAJIN BATIK BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI KABUPATEN MALINAU KALIMANTAN UTARA

**Twowenti Fitri Marpaung**

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Malinau, Kalimantan Utara  
twowentifm@gmail.com

---

### Abstrak

Received: 11-01-2022

Revised : 18-01-2022

Accepted: 21-01-2022

**Latar Belakang:** Perkembangan batik yang ada di Kabupaten Malinau memang dikatakan sudah berkembang, namun masih menemukan kendala yang di hadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya pada kerajinan batik yaitu terkait dengan modal usaha, bahan baku yang masih diproduksi dari luar daerah, terbatasnya tenaga pembatik, sumber daya manusia yang masih dikatakan minim dan masih butuh pembinaan.

**Tujuan:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha perajin batik berbasis Maltese Registry. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

**Metode:** Jenis penelitian ini bersjenis deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data yaitu analisis data interaktif yang menyajikan deskripsi spesifik berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta dokumentasi dengan Metode Analisis SWOT.

**Hasil:** Berdasarkan kondisi internal SWOT IFAS dan kondisi eksternal EFAS, hasil akhir IFAS adalah 2,55 dan EFAS 0,3 yang berarti keuntungan lebih besar daripada kerugian, peluang lebih besar daripada risiko, dan berdasarkan analisis SWOT diagram, kita semua tahu kondisi internal dan eksternal.Strategi yang menyertainya adalah untuk mendukung strategi yang kuat, yaitu penerapan strategi SO dan peluang untuk mendapatkan peluang (O) dengan kekuatan (S) untuk mendukung profesional batik. Teruslah memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Lanjutkan untuk lebih sukses.

**Kesimpulan:** Menurut analisis SWOT, kekuatan lebih besar dari kelemahan dan peluang lebih besar dari risiko, dan strategi yang disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal adalah strategi pendukung.

**Kata kunci:** strategi pengembangan; batik; kearifan lokal.

### Abstract

**Background:** The development of batik in Malinau Regency is said to have developed, but there are still obstacles faced by Micro, Small and Medium Enterprises, especially in

---

---

*batik, which are related to business capital, raw materials that are still produced from outside the region, limited batik workers, human resources are still said to be minimal and still need coaching.*

**Objective:** *The purpose of this study was to determine the business development strategy of batik artisans based on the Maltese Registry. The analytical tools used in this research are data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing.*

**Methods:** *This type of research is descriptive qualitative with data analysis techniques, namely interactive data analysis that presents specific descriptions based on the results of observations and interviews as well as documentation with the SWOT Analysis Method.*

**Result:** *Based on IFAS internal condition and EFAS external condition, the final result of IFAS is 2.55 and EFAS 0.3 which means profit is greater than loss, opportunity is greater than risk, and based on SWOT diagram analysis, we all know the internal conditions and The accompanying strategy is to support a strong strategy, namely the implementation of the SO strategy and the opportunity to get an opportunity (O) with a strength (S) to support batik professionals. Continue to maximize the strengths and opportunities that exist. Continue for more success.*

**Conclusion:** *According to the SWOT analysis, strengths are greater than weaknesses and opportunities are greater than risks, and a strategy that is adapted to internal and external conditions is a supporting strategy.*

**Keywords:** *development strategy; batik; local wisdom.*

---

\*Correspondent Author: Twowenti  
Email: twowentifm@gmail.com



## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang besar dan padat penduduknya. Kemiskinan dan pengangguran di Indonesia telah menjadi masalah utama sejak zaman kolonial. Masalah ini dapat diatasi dengan menciptakan kesadaran, pembangunan yang nyata dan efektif untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Ni'mah, 2006).

Era demokrasi membuka peluang berbagai stakeholders untuk turut berperan pada pencapaian kesejahteraan masyarakat. Oleh karenanya, negara bukan menjadi satu-satunya aktor dalam distribusi kesejahteraan sehingga memungkinkan muncul stakeholders lain, salah satunya sektor swasta (Nasriyati et al., 2021). Dalam buku (Rangkuti, 2013), Chandler mengatakan bahwa strategi Chandler adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, rencana strategis, dan prioritas alokasi aset.

Adapun menurut (David et al., 2009), Manajemen stratejik adalah Keterampilan dan pengetahuan membuat, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan transendental yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Manajemen Strategis berfokus pada

*Strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*

integrasi manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau penelitian, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi terkomputerisasi untuk keberhasilan organisasi ([Mukaffi et al.](#), 2019).

Seni adat di Indonesia meliputi ciri khas, keragaman dan warisan serta hak khusus yang harus dilestarikan dalam bentuk produk batik lukis tangan, baik budaya maupun seni ([Djawahir et al.](#), 2020). Menurut ([Arini & Ambar](#), 2011) UNESCO memutuskan bahwa batik Indonesia telah menjadi warisan budaya sejak Oktober 2009. Pada saat yang sama ([Kumalasari](#), 2014) bisnis batik memberikan keuntungan bagi pengrajin dan pengusaha batik. Namun ada juga permasalahan yaitu belum meratanya pemerataan kesejahteraan yang diakibatkan oleh pemberdayaan batik, dan para perajin batik belum sepenuhnya melaksanakannya.

Industri batik Indonesia umumnya berukuran kecil dan menengah, yang menjadi sumber pendapatan bagi sebagian orang. Sebelum krisis mata uang 1997, industri kecil dan menengah ini tumbuh pesat. Sebagian pengusaha batik telah melewati era kejayaannya ([Lestari & Basir](#), 2017). Juga pada tahun 1980-an, batik menjadi pakaian resmi yang dikenakan di semua acara nasional atau acara resmi lainnya. Saat itu, ia mampu mempromosikan dan meningkatkan citra batik di kancah internasional. Industri batik Indonesia menyebar ke beberapa bagian pulau Jawa. Setiap batik di daerah tersebut memiliki corak tertentu ([Ma'arofah](#), 2019).

Ada tiga Jenis batik yang dihasilkan adalah batik tulis, batik cap, dan batik cap. Pertumbuhan industri batik Indonesia tidak terlepas dari perkembangan batik yang dimulai ratusan tahun lalu. Batik sebenarnya merupakan produk pakaian yang berkembang pesat di Jawa ratusan tahun yang lalu ([Qori'ah](#), 2019).

Kata batik sendiri berarti menulis dalam bahasa Jawa. Batik adalah istilah yang digunakan untuk menyebut kain bermotif tekstil yang dililin. Teknik membatik sendiri sudah dikenal sejak ribuan tahun lalu. Tidak ada informasi sejarah yang jelas tentang asal usul batik ([Nurainun](#), 2008). Diduga teknologi ini berasal dari Sumeria dan dikembangkan di Jawa oleh para saudagar India. Sekarang sudah banyak ditemukan di berbagai negara, antara lain Batik Indonesia, Malaysia, Thailand, India, Sri Lanka, dan Iran. Selain di Asia, batik populer di banyak negara di benua Afrika. Namun, batik yang paling populer di dunia adalah dari Indonesia, khususnya batik Jawa. Karena proses produksi yang kompleks dan desain yang unik ([Febriansari & Atmojo](#), 2021).

Industri batik merupakan salah satu atau lebih dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada. Batik adalah salah satu kerajinan Indonesia paling awal dengan desain unik yang mencerminkan kekayaan budaya nasional Indonesia. Proses membatik dilakukan oleh para ahli ilmu membatik dan biasanya pengetahuan membatik diturunkan secara turun temurun dalam keluarga mereka ([Khoerunisa](#), 2019).

Menurut Menperin, ekspor batik pada tahun 2015 sebesar US\$156 juta atau setara dengan Rp2,1 triliun, meningkat 10 persen dibandingkan tahun 2014. Namun batik Indonesia terus membuktikan potensinya untuk ekspor dan bersaing di pasar tradisional. Batik memiliki peluang pasar yang besar yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar domestik tetapi juga kebutuhan pasar luar negeri ([Statistik](#), 2014).

Pemerintah Kabupaten Malinau melalui peraturan Bupati Malinau Nomor 17 tahun 2017 Tentang Tata Kelola Batik Malinau bahwa Batik Malinau Merupakan kreasi Batik hasil karya masyarakat Malinau yang dirancang dengan memadupadankan unsur flora, fauna dan kondisi geografis Kabupaten Malinau.

Kabupaten Malinau, dengan beragam adat dan budayanya, merupakan kekuatan yang kuat dalam menopang perekonomian daerah. Salah satunya melalui batik daerah yang saat ini sedang berkembang. Perlu dicatat bahwa sejauh ini, delapan pengrajin batik telah membuat batik dengan menggunakan berbagai merek batik Dayak.

Perkembangan Batik di Kabupaten Malinau dikatakan sudah mulai berkembang, namun masih menghadapi kendala oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya

pada kerajinan batik yaitu terkait dengan modal usaha, bahan baku yang masih di produksi dari luar daerah, terbatasnya tenaga pembatik, sumber daya manusia yang masih dikatakan minim dan masih butuh pembinaan.

Oleh karena itu pemerintah kabupaten malinau atau para pelaku usaha harus mempunyai strategi agar usaha batik dapat berkembang yaitu dengan memberikan modal usaha serta melakukan pelatihan kepada pelaku usaha batik yang ada di Kabupaten Malinau. Pemerintah Kabupaten Malinau saat ini sedang sungguh-sungguh ingin mengembangkan batik Malinau sebagai salah satu wujud ekonomi kreatif. Secara bertahap, pengembangan itu terus dilakukan sejak dua tahun lalu dengan memberi pembinaan kepada para perajin.

Di Malinau, keistimewaan itu terletak pada motif Dayak yang beragam dan ada juga ciri khas daerah yang bermakna dan sangat unik. Misalnya Motif Burung Enggang, Gerawet dan puluhan motif lainnya. Pentingnya masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Pengembangan Usaha pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Malinau Kalimantan Utara

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif ([Sugiyono, 2020](#)). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara tepat situasi perajin batik di provinsi Mali dalam kaitannya dengan teknik yang diperoleh dari wawancara. Subjek dalam penelitian ini adalah para pengrajin batik yang ada di Kabupaten Malinau. Penulis mengambil lima pengrajin usaha batik yang ada di Kabupaten Malinau yaitu Batik Thenos, Batik Busak Uwe, Batik Teeya, Batik Bua Beludu dan Batik Busak Malay. Objek dari penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha pada pengrajin batik berbasis kearifan lokal di Kabupaten Malinau.

Teknik pengumpulan data dilakukan dua cara diantaranya yang Terutama melalui penggunaan observasi atau observasi dan wawancara mendalam serta dokumen. Sumber sekunder seperti teori, pendapat tentang hasil penelitian, literatur dan buku-buku penelitian perpustakaan dan catatan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif berdasarkan pemecahan masalah saat ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

#### **Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Batik kabupaten malinau dipelopori oleh bapak Dr.Yansen YTP. Beliau telah lama bermimpi ingin adanya usaha batik di Kabupaten Malinau. Mimpi ini sejak beliau menjadi camat mentarang, karena beliau melihat potensi serta prospek kedepan untuk membangun perekonomian masyarakat Kabupaten Malinau.

Pada tahun 2012 bupati malinau melalui tim penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Kabupaten Malinau yang pada waktu itu diketuai oleh ibu Ping Ding Yansen, mengadakan pelatihan membatik di kantor tim penggerak PKK Kabupaten Malinau. Adapun peserta yang ikut hadir dalam pelatihan tersebut berjumlah 15 orang dari beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Malinau yaitu Kecamatan Mentarang, kecamatan Malinau Kota, Kecamatan Malinau Barat dan Kecamtan Malinau Selatan.

Berikut ini penulis menampilkan Penyajian Data yang akan penulis gunakan dalam Analisis dan Pembahasan. Adapun data-data tersebut adalah sebagai berikut :

#### **1. Analisis SWOT**

*Strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*

**a. Strengths (kekuatan)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Kekuatan tergantung pada pesaing dan kebutuhan pasar perusahaan, sumber daya, keterampilan atau manfaat lainnya. Keunggulan adalah kemampuan unik untuk memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat dimasukkan dalam sumber daya keuangan, citra, manajemen pasar, hubungan pembeli-penjual dan banyak lagi.

**b. Weaknesses (kelemahan)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang menghambat keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi. Ini bisa berupa sumber daya, sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, keterampilan pemasaran, kelemahan citra merek.

**c. Opportunity (peluang)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Peluang merupakan suatu kondisi yang esensial dalam suatu perusahaan atau lingkungan perusahaan. Tren penting adalah sumber peluang. Mengidentifikasi segmen pasar yang sebelumnya diabaikan, perubahan daya saing atau kondisi kontrol, perubahan teknologi, dan peningkatan hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.

**d. Threat (ancaman)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Ancaman merupakan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan suatu perusahaan atau organisasi. Ancaman adalah masalah besar yang diinginkan organisasi saat ini. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lebih lambat, peningkatan daya tawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi dan peraturan baru atau yang lebih baik, semuanya dapat membahayakan kesuksesan perusahaan..

**Tabel 1. Faktor Kekuatan dan Kelemahan Pengrajin Batik Kabupaten Malinau**

No.	Faktor Kekuatan	No.	Faktor Kelemahan
1	Memiliki pelanggan tetap	1	Sumber Daya Manusia
2	Harga Batik yang terjangkau	2	Modal Usaha
3	Promosi melalui Media Sosial	3	Bahan Baku
4	Motif yang khas dan menarik		
5	Bahan Baku yang berkualitas		

**Tabel 2. Faktor Peluang dan Ancaman Pengrajin Batik Kabupaten Malinau**

No.	Faktor Peluang	No.	Faktor Ancaman
1	Minat Pelanggan terhadap Batik	1	Kenaikan harga bahan baku
2	Teknologi Baru	2	Teknik-teknik baru
3	Inovasi Baru	3	Pesaing

**2. Matriks strategi faktor internal/ IFAS ( Internal Factor Nalisis Summary)**

Setelah menganalisis faktor strategi internal, selanjutnya yaitu tabel IFAS (*internal factor analisis summary*) Faktor-faktor untuk mengembangkan strategi internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan dikompilasi. Faktor internal diperoleh dari wawancara kepada pelaku pengrajin Batik Kabupaten Malinau.

Bobot internal didasarkan pada perhitungan kategori nilai peringkat untuk masing-masing faktor strategis perusahaan, dari mana dimungkinkan untuk melihat mana yang memiliki dampak terbesar dan terkecil untuk dievaluasi. Fungsi bobot dan peringkat adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis yang dapat berdampak positif dan negatif bagi suatu perusahaan. Dampak positif dapat menjadi faktor keuntungan, dan dampak negatif dapat menjadi faktor kerugian. Adapun langkah-langkah untuk menentukan matriks strategi faktor internal adalah:

*Strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*

- Identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan atau UMKM masuk ke kolom 1 (faktor strategis internal).
  - Tetapkan bobot setiap item dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak perlu). Jumlah semua bobot ini tidak boleh melebihi 1,00. Bobot ditentukan berdasarkan hasil wawancara dengan peneliti. Bobot ditentukan berdasarkan hasil wawancara atau argumentasi dari responden terhadap Pelaku Usaha Kerajinan Batik Kabupaten Malinau
  - Beri peringkat setiap faktor intensitas pada skala 4 (sangat kuat) sampai 1 (sangat lemah). Di sisi lain, keadaan lemah memberikan kisaran 1 (sangat lemah) hingga 4 (sangat kuat).
  - Kalikan bobot dalam langkah-langkah untuk mengetahui faktor lain mana yang berbeda di kolom 4.
  - Total bobot poin di kolom 5 adalah total bobot poin yang diperoleh perusahaan ini atau MMSE terkait. Hasil keseluruhan ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan atau UKM dengan perusahaan dalam kelompok industri yang sama.
- Di bawah ini penulis akan menampilkan Tabel perhitungan dari Faktor-Faktor Strategi Internal (IFAS) sebagai berikut :

**Tabel 3. Penghitungan Faktor-Faktor Strategi Internal/IFAS**  
(*internal factors analisis summary*)

No.	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting (1-4)	Bobot x Ranting
	<b>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</b>	-	-	-
1	Memiliki pelanggan tetap	0,17	4	0,68
2	Harga Batik yang terjangkau	0,17	4	0,68
3	Melakukan Promosi dengan menggunakan Media Sosial	0,17	3	0,51
4	Melakukan Promosi secara langsung	0,17	4	0,68
5	Motif yang khas dan menarik	0,17	4	0,68
6	Bahan baku yang berkualitas	0,17	4	0,68
	Total	1,00	27	3,91
	<b>Kelemahan (<i>weaknesses</i>)</b>	-	-	-
1	Sumber daya manusia	0,17	1	0,17
2	Modal usaha	0,17	4	0,68
3	Bahan baku	0,17	3	0,51
	Total	1,00	8	1,36
	Selisih Kekuatan dan Ancaman			2,55
	Totak Kumulatif			5,27

### 3) Matriks strategi faktor eksternal/ EFAS (*eksternal factor analisis summary*)

Setelah menganalisis faktor strategi eksternal, selanjutnya yaitu tabel EFAS (*eksternal factor analisis summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal tersebut dalam kerangka *oportunity* dan *threats*. Faktor eksternal yang diperoleh dari hasil wawancara kepada pelaku pengrajin batik Kabupaten malinau.

Fungsi gravity dan rating adalah untuk mengetahui dampak positif dan negatif dari kondisi strategis perusahaan. Pengaruh positif bisa menjadi masalah kebetulan dan pengaruh negatif bisa berbahaya. Adapun langkah-langkah untuk menentukan matriks strategi faktor eksternah adalah :

- Menentukan faktor-faktor peluang serta risiko perusahaan atau Usaha Mikro Kecil Menengah kedalam kolom 1 (faktor strategi eksternal)
- Beri bobot 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak perlu) untuk setiap bobot. Jumlah semua bobot ini tidak boleh lebih dari 1,00. Besarnya bobot tergantung dari hasil

*Strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*

wawancara dengan peneliti. Penurunan berat badan berdasarkan hasil wawancara atau debat dengan responden pengrajin batik di Kabupaten Malinau.

3. Tentukan peluang untuk setiap peluang dengan menimbang 4 (sangat kuat) hingga 1 (sangat lemah).
4. Kalikan bobot dengan timbangan untuk mengetahui item lain mana yang berbeda di kolom 4.
5. Hasil penjumlahan bobot pada kolom 5 untuk mendapatkan total bobot poin perusahaan atau Usaha Mikro kecil Menengah yang bersangkutan. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan atau Usaha Mikro Kecil Menengah ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Di bawah ini penulis akan menampilkan Tabel perhitungan dari Faktor-Faktor Strategi Eksternal (EFAS) sebagai berikut :

**Tabel 4. Penghitungan faktor-faktor Strategi Eksternal/EFAS**  
(*eksternal factors analisis summary*)

No.	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot Ranting (1-4)	Bobot x Ranting
<i>Peluang (Opportunity)</i>			
		-	-
1	Minat pelanggan terhadap batik	0,3	3
2	Teknologi baru	0,3	2
3	Inovasi baru	0,3	3
	Total	1,00	8
<i>Ancaman</i>			
1	Kenaikan harga bahan baku	0,3	1
2	Teknik-teknik baru seperti printing	0,3	3
3	Pesaing	0,3	3
	Total	1,00	7
	Selisih peluang-ancaman	-	-
	Total komulatif	-	4,5

Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS di atas, analisis SWOT dapat dilakukan. Secara umum keempat faktor tersebut, perhitungan matriks dilakukan sebagai berikut:

1. Total titik berat kekuatan - Titik berat kelemahan umum =  $3,91 - 1,36 = 2,55$
2. Total poin bobot peluang - Total poin bobot risiko =  $2,4 - 2,1 = 0,3$  Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, skor akhir IFAS adalah 2,55, skor EFAS adalah 0,3.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal (IFAS) dan lingkungan eksternal (EFAS), hasil akhir IFAS adalah 2,55, sedangkan skor EFAS adalah 0,3. Ini berarti bahwa keuntungan pengrajin batik lebih besar daripada kerugiannya, dan peluangnya lebih besar daripada ancamannya. Hasil analisis tersebut selanjutnya dijelaskan dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Kuadran satu SO (Strenght-Opportunity) adalah Sangat nyaman. Perusahaan di kuadran ini memiliki peluang dan manfaat, sehingga Anda dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diambil pada kuadran pertama adalah strategi ampuh. Strategi kuat adalah strategi yang akan membantu perusahaan terus membangun kekuatan dan peluangnya untuk maju dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.
2. Quadruple ST, perusahaan di kuadran ini menghadapi banyak risiko namun tetap memiliki keunggulan internal. Strategi yang dapat diambil pada kuadran kedua adalah strategi divergensi. Strategi keragaman merupakan strategi yang mengharuskan perusahaan melakukan perubahan untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang.

3. Kuadran 3 WO (weak-chance), perusahaan memang memiliki peluang yang sangat besar di tempat ini. Namun di sisi lain, ia juga memiliki banyak keterbatasan internal. Strategi yang dapat diambil pada kuartal ketiga adalah turnaround strategy, yaitu strategi yang akan membantu perusahaan menggunakan kekuatannya untuk mengubah arah bisnis, karena saat ini banyak risiko yang dapat menghancurkan perusahaan.
4. Kuadran 4 WT (situasi risiko lemah), perusahaan berada di tempat yang sangat buruk. Perusahaan menghadapi banyak ancaman dan kelemahan internal. Pada kuartal keempat, strategi yang dapat diambil adalah strategi defensif, yaitu strategi yang akan membantu perusahaan mempertahankan posisinya dengan menggunakan seluruh kemampuan yang ada. Hal ini disebabkan banyaknya ancaman di dalam dan di luar perusahaan.

Strategi yang tepat baik untuk situasi internal maupun eksternal mendukung strategi yang kuat, seperti menerapkan strategi SO, dan menggunakan O (S) untuk mendapatkan peluang (O) untuk terus menyempurnakan strategi yang ada dengan mendukung pengrajin batik. Maju dan raih kesuksesan besar. Sukses, untung, dan peluang.

**Tabel 5. Penentuan Strategi Matriks SWOT**

INTERNAL	<i>STRENGTHS (S):</i>	<i>WEAKNESS (W) :</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki pelanggan tetap</li> <li>2. Harga Batik yang terjangkau</li> <li>3. Melakukan Promosi dengan menggunakan Media Sosial</li> <li>4. Melakukan Promosi secara langsung</li> <li>5. Motif yang unik dan menarik</li> <li>6. Bahan baku yang berkualitas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber daya manusia (karyawan)</li> <li>2. Modal usaha</li> <li>3. Bahan baku yang masih dari luar daerah</li> </ol>
EKSTERNAL	<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	<i>Strategi WO :</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Pelanggan terhadap Batik</li> <li>2. Teknologi Baru</li> <li>3. Inovasi Baru</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi di media social (Face Book, Instagram, WhatsApp dan Line)</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi baru dalam membuat untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk batik</li> <li>3. Menghasilkan produk batik yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dipasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikutsertakan karyawan yang dimiliki kedalam pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dalam membuat</li> <li>2. Menghasilkan produk batik yang beraneka ragam motif</li> </ol>

	4. Memiliki motif yang menarik sehingga terlihat layak untuk dijadikan pakaian dalam acara-acara tertentu	
	5. Memberikan inovasi-inovasi baru.	
<i>THREATS (T)</i>	Strategi ST :	Strategi WT :
1. Kenaikan harga bahan baku	1. Menciptakan Inovasi Batik yang terus-menerus untuk dapat bersaing secara sehat dengan Usaha Mikro Kecil Menengah yang sejenis	1. Pelaku Usaha memberikan Pelatihan kepada karyawannya untuk menghasilkan Batik yang unik yang sesuai dengan ciri khas masing-masing pengrajin agar dapat bersaing dengan sesama Usaha Mikro Kecil Menengah yang lain baik di dalam daerah maupun di luar daerah
2. Produk dari luar	2. Menghasilkan motif Batik dengan ciri dan motif yang unik sehingga pelanggan dapat membedakan Batik Tulis asli dengan Batik Printing	
3. Teknik-teknik baru	3. Menyediakan stok bahan baku, misalnya kain dan jenis pewarna batik untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku	
4. Pesaing		

Tujuan dari setiap alat leveling pada Langkah 2 adalah untuk menghasilkan strategi alternatif, bukan untuk memilih strategi terbaik. Tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT dipilih untuk diimplementasikan.

#### 4) Peran Tiga Aktor Utama

Untuk memperoleh hasil yang optimal dalam pengembangan Usaha kerajinan Batik berbasis kearifan lokal perlu adanya kolaborasi dan dukungan yang signifikan antar aktor utama dengan para pengrajin. Ketiga aktor utama ini adalah :

##### 1. Pemerintah

Pemerintah Kabupaten Malinau melalui peraturan Bupati Malinau Nomor 17 tahun 2017 Tentang Tata Kelola Batik Malinau bahwa Batik Malinau merupakan kreasi Batik hasil karya masyarakat Malinau yang dirancang dengan memadukan unsur flora, fauna dan kondisi geografis Kabupaten Malinau. Semua unit terkait pemerintah daerah (dinas koperasi dan UKM, departemen perdagangan) berkewajiban untuk mendorong pengembangan industri kerajinan batik di provinsi Marinao melalui kebijakan mikro dan budaya. Kebijakan mikro adalah dengan memberikan bantuan kepada bisnis individu.

##### 2. Peran Akademisi

Pendidikan tinggi meliputi pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dan merupakan komitmen civitas akademika perguruan tinggi untuk berperan dalam masyarakat. Salah satu peran yang perlu ditekankan adalah

penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Riset berupa penciptaan inovasi dan ide teknologi. Namun, sebagian besar penelitian yang diselesaikan berakhir di ruang laboratorium atau diarsipkan di koleksi perpustakaan.

### 3. Peran Bisnis

Di sisi lain, industri juga memiliki kewajiban untuk berkontribusi pada lingkungan bisnis yang baik, seperti menerapkan etika bisnis, mengambil tanggung jawab perusahaan, dan menjadi mitra pemerintah daerah dan nasional untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.

## 5) Analisis Data

### a. *Strengths* (Kekuatan)

Menurut (Rangkuti, 1998) Keunggulan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain atas pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi.

Kekuatan dari Batik Thenos menurut Bapak Belly Neos salah satu Pengrajin Usaha Batik Kabupaten Malinau mengatakan bahwa:

*“Adapun kekuatan dari usaha batik thenos adalah berdikari, usaha ini juga dijalankan bersama-sama artinya saya dan istri saya menyukai Batik. Saya mendesain dan merancang sendiri sedangkan istri saya yang mengatur keuangan atau mememanajemenkan usaha kami”.*

Berdasarkan wawancara dengan para pelaku Pengrajin Batik di Kabupaten Malinau penulis menarik kesimpulan bahwa kekuatan (*strenght*) dari usaha Batik di Kabupaten Malinau yaitu promosi secara langsung dan melalui sosial media, produk Batik yang berkualitas, harga yang terjangkau dan memiliki motif yang khas dan menarik yang ditawarkan oleh masing-masing pengrajin

### b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Menurut (Rangkuti, 1998) Kelemahan adalah keterbatasan atau sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang menghambat keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi. Mereka dapat berupa sumber daya, sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, keterampilan pemasaran, kelemahan citra merek.

Kelemahan dari Batik Thenos menurut Bapak Belly Neos salah satu pengrajin usaha Batik Kabupaten Malinau mengatakan bahwa :

*“Kelemahan dari usaha batik ini adalah modal, bahan baku yang jauh dipesan di jawa”.*

Berdasarkan wawancara oleh pelaku kerajinan Batik Kabupaten Malinau penulis menarik kesimpulan kelemahan (*weaknees*) pada usaha kerajinan Batik di Kabupaten Malinau yaitu belum adanya modal usaha yang maksimal yang dimiliki oleh pengrajin dalam meningkatkan serta mengembangkan usaha Batiknya, sumber daya manusia yang belum memadai, serta bahan baku yang dipesan dari luar daerah.

### c. *Opportunity* (Peluang)

Menurut (Rangkuti, 1998) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam pengaturan perusahaan atau organisasi. Tren penting adalah sumber peluang. Faktor peluang adalah berbagai lingkungan yang menguntungkan bagi unit bisnis.

Peluang dari Batik Thenos menurut Bapak Belly Neos salah satu pengrajin usaha Batik Kabupaten Malinau mengatakan bahwa:

*“Peluang yang diharapkan kedepannya tetap fleksibel dalam berkarya, mengikuti tren masa kini dengan tidak melupakan norma-norma dasar dari karya yang kita ciptakan”.*

Berdasarkan wawancara penulis terhadap pengrajin Batik Kabupaten Malinau penulis menarik kesimpulan peluang (*opportunities*) dari usaha kerajinan

Batik Kabupaten Malinau adalah menciptakan inovasi baru, tetap bekerja sama dengan tim dan optimis dalam menjalankan suatu usaha.

**d. Threat (Ancaman)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Ancaman adalah situasi merugikan yang signifikan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman adalah gangguan besar bagi lokasi yang diinginkan organisasi saat ini.

Ancaman dari Batik Thenos menurut Bapak Belly Neos salah satu pengrajin usaha Batik Kabupaten Malinau mengatakan bahwa:

*“Ancaman nya yaitu adanya plagiat dari luar yang melihat keuntungan dari prospek batik kedepan, harga bahan baku yang setiap tahun meningkat dan adanya produk-produk dari luar”.*

Berdasarkan wawancara oleh pelaku pengrajin Batik Kabupaten Malinau penulis menarik kesimpulan ancaman (*threats*) dari usaha kerajinan batik Kabupaten Malinau yaitu adanya pesaing di produk yang sama, produk-produk baru dari luar seperti printing, motif-motif yang berasal dari daerah lain, juga plagiat dari luar daerah, harga bahan baku yang meningkat, dan minat pelanggan yang masih kurang dan tidak merata.

**B. Pembahasan**

**1. Analisis SWOT**

**a. Strengths (Kekuatan)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Kekuatan adalah sumber daya, kemampuan, atau manfaat lain dari segi pesaing dan kebutuhan pasar perusahaan atau organisasi. Keunggulan adalah kemampuan unik untuk memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.

Berdasarkan wawancara dengan para pelaku pengrajin Batik Kabupaten Malinau, menyimpulkan kekuatan (*strength*) dari usaha Batik di Kabupaten Malinau yaitu promosi secara langsung dan melalui sosial media, produk batik yang berkualitas, harga yang terjangkau dan memiliki motif yang khas dan menarik.

Berdasarkan teori dan hasil wawancara, penulis menyimpulkan bahwa strategi yang dikembangkan oleh Pengrajin Batik di Resimen Malinau adalah dengan menggunakan teknologi untuk mempromosikan media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp dan online). Di bidang batik, produk batik ini dipasarkan dengan harga yang terjangkau untuk meningkatkan kuantitas dan kualitasnya.

**b. Weaknesses (Kelemahan)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang menghambat keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi. Ini bisa berupa sumber daya, sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, keterampilan pemasaran, kelemahan citra merek.

Berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap pengrajin Batik di Kabupaten Malinau, penulis menyimpulkan kelemahan (*weaknesses*) pada usaha kerajinan Batik Kabupaten Malinau yaitu salah satunya adalah belum adanya ketersediaan modal usaha yang maksimal yang dimiliki oleh pengrajin Batik di Kabupaten Malinau untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha Batiknya, belum tersedianya secara maksimal Sumber Daya Manusia yang benar-benar siap menggelutin usaha Batik dan memiliki kreativitas yang tinggi dalam merancang/mendesain motif Batik berciri khas budaya etnik Kabupaten Malinau dan bahan baku yang masih di pesan oleh pengrajin Batik dari luar daerah Kabupaten Malinau yaitu Pulau Jawa.

Berdasarkan teori dan hasil wawancara tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa strategi yang digunakan untuk mengatasi kelemahan yaitu Dinas terkait yang membawahi bidang UMKM khususnya pengrajin Batik agar diberikan kemudahan serta jalan dalam memperoleh pinjaman modal usaha, baik bekerja sama dengan pihak Bank yang ada di Kabupaten Malinau maupun dengan pihak pengusaha, mengikut sertakan karyawan yang dimiliki oleh masing-masing pengrajin untuk mengikuti pelatihan serta pembinaan dengan tujuan agar dapat meningkatkan kemampuannya dalam membuat batik sehingga dapat menghasilkan kreativitas dan inovasi produk Batik yang lebih beraneka ragam motifnya dengan tetap mengutamakan seni dari budaya/kearifan lokal yang ada di Kabupaten Malinau tentunya dalam hal ini juga peran Pemerintah daerah Malinau sangat dibutuhkan dalam melakukan pembinaan serta pelatihan-pelatihan membuat batik yang berkesinambungan.

Sedangkan sulitnya pengrajin dalam memperoleh bahan baku karena harus membeli dari luar daerah Kabupaten Malinau, dalam hal ini tentunya diharapkan kepada pemerintah daerah atau Provinsi untuk dapat menarik investor dalam membuka industri tekstil skala kecil atau Pemerintah daerah bekerja sama dengan pengusaha baik di luar dan di dalam daerah untuk kemudahan dalam memperoleh bahan baku yang digunakan pengrajin Batik di Kabupaten Malinau. Pengrajin Batik di Kabupaten Malinau juga berperan atau berkontribusi bagi perekonomian di Kabupaten Malinau karena secara tidak langsung aktivitas dari pengrajin Batik di Kabupaten Malinau telah terjadi transaksi bahan baku dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar pengrajin, sehingga dari aktivitas tersebut juga diharapkan dapat mampu meningkatkan perekonomian bagi masyarakat Kabupaten Malinau tentunya.

**c. Opportunity (Peluang)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Peluang merupakan kondisi esensial yang nyaman dalam suatu organisasi atau setting organisasi. Tren penting adalah sumber peluang. Mengidentifikasi segmen pasar yang sebelumnya diabaikan, perubahan daya saing atau kondisi kontrol, perubahan teknologi, dan peningkatan hubungan dengan pembeli atau pemasok memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Peluang adalah lingkungan yang berbeda untuk bisnis.

Berdasarkan wawancara oleh pelaku pengrajin Batik Kabupaten Malinau, menyimpulkan peluang (*opportunities*) dari usaha kerajinan Batik Kabupaten Malinau adalah menciptakan inovasi baru, minat pelanggan terhadap Batik Malinau dan tetap bekerja sama dengan tim serta selalu optimis dalam menjalankan usaha Batik yang bernuansakan budaya/kearifan lokal Kabupaten Malinau.

Berdasarkan teori dan Kesimpulan Penulis menyimpulkan bahwa peluang bagi pelaku kejahatan adalah memproduksi batik dengan corak dan corak yang unik sehingga pelanggan dapat membedakan antara batik asli dan batik cap.

**d. Threats (Ancaman)**

Menurut (Rangkuti, 1998) Kecemasan merupakan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan suatu perusahaan atau organisasi. Saat ini, intimidasi terhadap organisasi merupakan masalah besar.

Berdasarkan wawancara oleh pelaku pengrajin Batik Kabupaten Malinau penulis menarik kesimpulan ancaman (*threats*) dari usaha kerajinan Batik Kabupaten Malinau yaitu adanya persaingan terhadap sesama pengrajin Batik, terciptanya produk-produk baru seperti Batik printing/cetak, harga dari bahan baku yang mulai meningkat, dan minat pelanggan yang masih kurang.

Berdasarkan teori dan hasil wawancara tersebut, penulis menarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan untuk mengatasi ancaman (*threats*)

dari usaha kerajinan Batik Kabupaten Malinau adalah menyediakan stok bahan baku dengan cara memesan bahan baku yang cukup banyak dengan sekali pengiriman dari pulau Jawa seperti bahan baku kain dan pewarnaan Batik, hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku kedepannya atau Pemerintah Daerah Kabupaten Malinau bersama investor membuka pabrik tekstil skala kecil untuk meminimalisir para pengrajin Batik yang ada di Kabupaten Malinau melakukan pembelian bahan baku di luar daerah Malinau. Dengan hal tersebut diharapkan nantinya para pengrajin Batik tidak lagi melakukan pembelian bahan baku kain di luar daerah Kabupaten Malinau, sehingga dari hal ini juga diharapkan dapat terciptanya lapangan pekerjaan yang baru di Kabupaten Malinau dan khususnya para pengrajin Batik dalam memproduksi produksi Batikpun dapat dilakukan dalam jumlah banyak atau sesuai pesanan sehingga dalam harga jual Batikpun dalam hal ini dapat ditekan dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan khususnya masyarakat yang ada di Kabupaten Malinau.

**2. Penghitungan Faktor-Faktor Strategi Internal/IFAS dan Penghitungan faktor-faktor Strategi Eksternal/EFAS**

Guna mengetahui nilai bobot, ranting dan *score* dari Kekuatan (*Strenghts*), Kelemahan (*Weaknees*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threaths*) dalam mengembangkan usaha Batik di Kabupaten Malinau, penulis menampilkan Tabel Matriks dari perhitungan faktor-faktor Strategi IFAS dan EFAS sebagai berikut :

**Tabel 6. Penghitungan Faktor-Faktor Strategi Internal/IFAS**  
(*internal factors analisys summary*)

No.	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting (1-4)	Bobot x Ranting
<i>Kekuatan (Strenghts)</i>				
		-	-	-
1	Memiliki pelanggan tetap	0,17	4	0,68
2	Harga Batik yang terjangkau	0,17	4	0,68
3	Melakukan Promosi dengan menggunakan Media Sosial	0,17	3	0,51
4	Melakukan Promosi secara langsung	0,17	4	0,68
5	Motif yang khas dan menarik	0,17	4	0,68
6	Bahan baku yang berkualitas	0,17	4	0,68
Total		1,00	27	3,91
<i>Kelemahan (weaknesses)</i>				
		-	-	-
1	Sumber daya manusia	0,17	1	0,17
2	Modal usaha	0,17	4	0,68
3	Bahan baku	0,17	3	0,51
Total		1,00	8	1,36
Selisih Kekuatan dan Ancaman				2,55
Totak Komulatif				5,27

**Tabel 7. Penghitungan faktor-faktor Strategi Eksternal/EFAS**  
(*eksternal factors analisys summary*)

No.	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting (1-4)	Bobot x Ranting
<i>Peluang (Opportunity)</i>				
		-	-	-
1	Minat pelanggan terhadap batik	0,3	3	0,9
2	Teknologi baru	0,3	2	0,6
3	Inovasi baru	0,3	3	0,9
Total		1,00	8	2,4

Ancaman				
1	Kenaikan harga bahan baku	0,3	1	0,3
2	Teknik-teknik baru seperti printing	0,3	3	0,9
3	Pesaing	0,3	3	0,9
Total		1,00	7	2.1
Selisih peluang-ancaman		-	-	0,3
Total komulatif		-	-	4,5

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Penelitian dan Pembahasan penulis mengenai Strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan lokal di Kabupaten Malinau dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : 1) Tergantung pada kondisi internal SWOT IFAS dan kondisi eksternal EFAS, skor akhir IFAS adalah 2,55 dan EFAS 0,3, yaitu, kekuatan lebih besar daripada kelemahan dan peluang lebih besar daripada risiko. 2) Berdasarkan Diagram Analisis SWOT diketahui mendukung strategi yang cocok baik untuk situasi internal maupun eksternal, seperti penerapan strategi SO, strategi (O), strategi (O) yang mendukung pengrajin batik. Teruslah membangun kekuatan dan peluang Anda untuk maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar. 3) Dari hasil Analisis SWOT yang penulis gunakan untuk melihat Strategi Pengembangan Usaha Pengrajin Batik di Kabupaten Malinau diperoleh bahwa : *Strenghts* (Kekuatan) pelaku usaha kerajinan Batik Kabupaten Malinau adalah dengan memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi di media sosial seperti : *facebook, instagram, whatsapp* dan *line*. *Weaknees* (Kelemahan) : belum adanya modal usaha yang maksimal yang dimiliki oleh pengrajin dalam meningkatkan serta mengembangkan usaha Batiknya, Sumber Daya Manusia yang belum memadai, serta bahan baku yang dipesan dari luar daerah. *Opportunity* (Peluang) : peluang yang akan dilakukan oleh pelaku Usaha/pengrajin adalah menghasilkan Batik dengan ciri dan motif yang unik/khas berbasis kearifan lokas Kabupaten Malinau sehingga pelanggan dapat membedakan antara batik tulis asli daerah Malinau dengan batik printing/cetak dari daerah lain. Sedangkan *Threaths* (Ancaman) : adanya pesaing pada produk yang sama baik di dalam daerah maupun di luar daerah Kabupaten Malinau, adanya produk-produk baru dari luar seperti Batik printing, motif-motif yang berasal dari daerah lain, juga plagiat dari luar daerah, harga bahan baku yang meningkat, dan minat pelanggan yang masih kurang dan tidak merata.

## BIBLIOGRAFI

- Arini, A. M., & Ambar, B. (2011). *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: G-Media.
- David, F. R., Ali, A. J., & Al-Aali, A. Y. (2009). *Strategic management: Concepts and cases*.
- Djawahir, F. S., Sulaiman, A. I., & Sugito, T. (2020). Pengembangan Usaha Batik Berbasis Kearifan Lokal. *Prosiding*, 9(1).
- Febriansari, D., & Atmojo, I. R. W. (2021). NgaBatik: Aplikasi Pengenalan Motif Batik Ngawi Berbasis Android. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 620–636. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i2.2160>

*Strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Batik Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*

- Khoerunisa, A. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Batik Putri Ayu Desa Limbasari Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga*. IAIN Purwokerto.
- Kumalasari, Y. Y. (2014). Pembinaan dan Pemberdayaan Pengrajin Batik (Studi di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoarjo dan Industri Kecil Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(1), 66–70.
- Lestari, E. P., & Basir, M. A. (2017). *Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Canting Cap di Pekalongan*.
- Ma'arofah, N. I. A. L. (2019). *Nia Lailatul Mu'arofah 17402153216 (2019) Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Hasil Produksi Pada Batik Gajah Mada Tulungagung*.
- Mukaffi, Z., Choiruddin, M. N., & Alim, S. (2019). Strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal: studi pada sentra industri kerajinan batik Banyuwangi. *At-Tahdzib*, 7(2), 20–43.
- Nasriyati, F., Khanifa, R., Choldun, I., Wibowo, H., & Humaedi, S. (2021). Analisa Model Bisnis Industri Batik Melalui Perspektif Berbasis Kekuatan (Pemberdayaan Pengrajin Batik Sekar Tanjung Desa Tasikharjo dengan mengangkat kearifan lokal melalui Program CSR PT Pertamina Fuel Terminal Tuban). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 339–352. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.35050>
- Ni'mah, N. (2006). Pembangunan Ekonomi Daerah Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pelaksanaan Program Pengembangan Kawasan Bahari Terpadu Pada Masyarakat Nelayan Desa Tasikagung Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang) Tahun 2006.
- Nurainun, N. (2008). Analisis industri batik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 24399.
- Qori'ah, D. (2019). Industri Batik Garutan di Era Milenial (Studi Kasus Batik Garutan di Kabupaten Garut Jawa Barat). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18(3), 147–157. <http://dx.doi.org/10.52434/jwe.v18i3.636>
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Statistik, B. P. (2014). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Berita Resmi Statistik*, 17(16/02), 1–9.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.



© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).