

# TANTANGAN DAN MASA DEPAN INDUSTRI BATIK TULIS CIWARINGIN, CIREBON: ANALISIS STUDI KASUS DENGAN MENGUNAKAN TEKNIK IFAS DAN EFAS

## CHALLENGES AND THE FUTURE OF NATURAL BATIK CIWARINGIN INDUSTRY, CIREBON: CASE STUDY ANALYSIS USING IFAS AND EFAS TECHNIQUES

Nurkholifatul Maula  
Monash University, Indonesia - Jl. BSD City Tangerang Regency  
nmau0004@student.monash.edu

(naskah masuk 26 April 2024, naskah direvisi 10 Juni 2024, naskah diterima 19 Juni 2024)

### ABSTRACT

*The Ciwaringin handwritten batik industry still faces many obstacles, including production process challenges and long production durations which can hinder cash flow turnover, marketing issues, and the limited skills and knowledge of the artisans, making it difficult for the Ciwaringin batik industry to grow. To foster the growth of the Ciwaringin batik industry, internal and external evaluations are necessary. This research aims to analyze the challenges and future of the Ciwaringin batik industry using SWOT analysis and calculations with IFAS and EFAS matrices. The study employed a descriptive qualitative approach with Miles and Huberman's analysis techniques. The results indicate that the IFAS value (strength and weakness) is 2.92, identifying that the IFAS value is in quadrant V (Five), which represents an average score. Therefore, there is a need for improvement in the internal factors of the Ciwaringin batik industry. The EFAS value of the Ciwaringin batik industry is 2.65, which falls in the "medium" quadrant. This means that the level of opportunities available to the Ciwaringin batik industry is medium, as it competes not only with other batik industries but also with various other creative industries in the fashion sector. Hence, the Ciwaringin batik industry can leverage its unique characteristics to capitalize on these opportunities. Based on the IFAS and EFAS results, the quantitative assessment provided by the IFAS and EFAS can assist the local government in evaluating and developing programs for the Ciwaringin batik industry. The findings of this research can guide policy direction to be more effective and efficient.*

Keywords: IFAS, EFAS, Batik Ciwaringin.

### ABSTRAK

Industri batik tulis Ciwaringin masih memiliki banyak hambatan, diantaranya: Hambatan dalam proses produksi, durasi produksi yang cukup lama, sehingga dapat menghambat perputaran *cash flow*, permasalahan marketing, dan minimnya kemampuan dan pengetahuan dari para pengrajin membuat industri batik tulis Ciwaringin sulit untuk bertumbuh. Dalam upaya menumbuhkan industri batik Ciwaringin, perlu adanya evaluasi internal dan eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan masa depan industri Batik Ciwaringin dengan menggunakan SWOT analisis dan dihitung menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis Miles and Huberman. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai IFAS (*strength dan weakness*), memiliki nilai 2.92 yang mana dapat diidentifikasi bahwa nilai IFAS berada di kuadran V (Lima) yaitu dengan nilai rata-rata. Sehingga perlu adanya peningkatan pada faktor internal dari industri Batik Ciwaringin. Nilai EFAS industri Batik Ciwaringin memiliki nilai 2.65 yang berada di kuadran "medium". Artinya, tingkat peluang yang ada pada industri Batik Ciwaringin memiliki nilai medium karena selain bersaing dengan sesama industri batik, juga dengan beberapa industri kreatif lainnya di ranah *fashion*. Sehingga industri batik Ciwaringin dapat memanfaatkan kesempatan dengan keunikan yang dimiliki dari industri batik Ciwaringin. Berdasarkan hasil nilai IFAS dan EFAS tersebut, Hasil IFAS dan EFAS memberikan penilaian secara kuantitatif sehingga dapat membantu pemerintah setempat dalam mengevaluasi dan membuat program Pembangunan bagi industri batik Ciwaringin. Hasil penelitian ini dapat memberikan arah kebijakan agar lebih efektif dan efisien.

Kata kunci: IFAS, EFAS, Batik Ciwaringin.

## PENDAHULUAN

Industri batik di Indonesia pada umumnya merupakan industri kecil menengah (UMKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Industri batik di Indonesia tersebar di beberapa daerah di pulau Jawa yang kemudian menjadi nama dari jenis-jenis batik tersebut seperti batik Pekalongan, batik Surakarta, batik Jogja, batik Lasem, batik Cirebon, batik Sragen. Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik. Jenis batik yang diproduksi ada tiga yaitu batik tulis, batik cap dan batik printing. Perkembangan Industri batik di Indonesia sangat terkait dengan perkembangan batik yang dimulai sejak beratus tahun yang lalu (Nawawi, 2018).

Selain menjadi sumber mata pencaharian masyarakat, batik termasuk pada kekayaan budaya Indonesia dengan motif-motifnya. Motif batik memiliki cerita yang menginterpretasikan sebuah kebudayaan dan kondisi sosial masyarakat setempat. Industri batik pada awalnya dilakukan secara tradisional yang dikenal dengan batik tulis. Seiring dengan tantangan batik tulis yang memerlukan waktu cukup lama untuk produksi, muncullah teknis *printing*. Metode produksi ini memungkinkan pembuatan tekstil batik dengan motif yang beragam secara massal dalam waktu singkat, dan seringkali dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan batik cap atau batik tulis (Nawawi, 2018).

Hal tersebut tentunya berkaitan dengan perilaku konsumen. Menurut (Kurniasih, 2018) bahwa ketika dihadapkan pada produk yang serupa, kebanyakan konsumen lebih memilih produk dengan harga yang lebih rendah. Fenomena ini juga terjadi dalam industri batik, di mana masyarakat umum cenderung memilih untuk membeli tekstil batik bermotif yang di *printing* daripada jenis batik lainnya.

Batik merupakan salah satu identitas khas dari Indonesia. Batik memiliki keterikatan dan cerita tersendiri dari masing-masing daerah. setiap motif batik mengandung makna lokal. Sekitar 37. 093 orang di Indonesia menggantungkan hidupnya dengan bekerja sebagai pengrajin batik (Arfan, 2022).

Industri batik banyak memberikan kontribusi besar sebagai salah satu pemberdayaan perempuan. Tercatat perempuan termasuk

mayoritas menjadi pengrajin di industri batik sekaligus dapat dilihat sebagai transformasi sosial (Anggadwita, 2023)

Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menjadi tantangan utama bagi industri batik. Terlebih bagi UMKM batik yang memiliki modal yang cukup minim. Salah satu industri batik yang masih eksis hingga saat ini yaitu industri batik di Cirebon. Selain batik Trusmi, Cirebon juga memiliki warisan batik lain yang sama menariknya, yaitu batik Ciwaringin. Bagi masyarakat Ciwaringin, batik Ciwaringin menjadi salah satu pilihan utama sebagai mata pencaharian bagi penduduk setempat. Fenomena ini terlihat di Blok Kebon Gedang, di mana para wanita dengan mudah dapat ditemui sedang duduk dan menorehkan malam dengan canting ke selempang kain untuk membentuk berbagai motif batik.

Produksi batik telah menjadi tradisi yang diwarisi secara turun-temurun oleh para ibu-ibu di wilayah ini. Untuk memperkuat identitasnya, sentra industri batik Ciwaringin ditandai dengan sebuah gapura dengan tulisan "Kampung Batik Tulis Ciwaringin". Dibandingkan dengan batik Trusmi, batik Ciwaringin memiliki keunggulan tersendiri. Sebagian besar batik Ciwaringin adalah batik tulis, dengan motif yang tidak umum dan menggunakan warna batik yang lembut karena menggunakan pewarna alami. Meskipun terlihat seperti kuno, namun hal tersebut menjadi ciri khas dari batik tulis. Pewarnaan pada batik Ciwaringin menggunakan menggunakan berbagai jenis tanaman yang telah diolah terlebih dahulu. beberapa diantaranya adalah pohon mangga, indigo, kulit rambutan, dan kulit jengkol.

Disisi lain, dengan adanya keunikan yang ditawarkan oleh para pengrajin batik tulis Ciwaringin, hal tersebut juga menjadi tantangan tersendiri bagi industri batik Ciwaringin dalam berkompetisi di pangsa pasar dengan industri batik lainnya, terlebih dengan batik printing yang memiliki nilai jual yang lebih rendah dibandingkan dengan batik tulis. Hal tersebut membuat penjualan batik Ciwaringin tidak bertumbuh pesat. Guna menghadapi tantangan tersebut, masyarakat Ciwaringin membangun koperasi batik Anugerah untuk membantu UMKM batik Ciwaringin pada penyediaan bahan-bahan membuat batik dan membantu menyediakan

display batik bagi para UMKM yang tidak memiliki *display* batik. Akan tetapi, para pelaku UMKM batik Ciwaringin dan pengurus Koperasi menyampaikan bahwa mereka masih memiliki kendala besar dalam hal bersaingnya dengan para kompetitor batik.

Keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh para pengrajin batik, membuat batik tulis Ciwaringin masih berjalan ditempat. Para pengrajin dan pengurus koperasi mengalami kebingungan untuk mengembangkan kerajinan batik tulis Ciwaringin. Hal tersebut terjadi karena batik Ciwaringin belum dianalisis lebih detail mengenai kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh industri batik Ciwaringin

Beberapa kendala dalam pengelolaan kerajinan batik Ciwaringin diantaranya yaitu terbatasnya tenaga kerja yang terampil dan sedikitnya minat anak muda untuk melanjutkan kerajinan batik dan teknik pemasaran yang masih sangat terbatas. Salah satu hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat dua akar permasalahan dari industri batik, diantaranya: promosi kluster batik masih terjebak pada sektoral dan daerah; serta masih banyak klusterisasi batik (Nugroho, 2022).

Berdasarkan penelitian tersebut, industri batik sangat membutuhkan dukungan untuk terus berkembang. Dalam upaya menciptakan strategi yang tepat pada suatu industri batik, perlu adanya evaluasi secara internal dan eksternal guna menganalisis dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan dan dukungan faktor eksternal dari industri batik. Sebagaimana salah satu penelitian dari (Setiawan, 2020) menganalisis pengembangan batik melalui analisis *Strength – Weakness – Opportunities - Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk mengetahui faktor internal dan eksternal. Adapun kegunaan dari analisis SWOT dan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) untuk mengevaluasi secara komprehensif dari sisi internal dan eksternal, kemudian dipadukan sebagai suatu strategi pengembangan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Para pelaku industri batik Ciwaringin, membawa penulis untuk meneliti dan mendalami permasalahan dan tantangan serta masa depan dari batik tulis Ciwaringin. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi

kelemahan, tantangan, dan masa depan dari industri Batik Tulis Ciwaringin guna mengetahui poin-poin penting yang ada pada batik tulis Ciwaringin dan dapat dijadikan sebagai landasan pengembangan batik tulis Ciwaringin.

Sejalan dengan tujuan penelitian ini, adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi para pengrajin industri batik dan pemangku kebijakan setempat untuk menyusun strategi agar industri Batik Ciwaringin dapat bersaing di pasaran.

## METODE

Sejalan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya, Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif. Merujuk pendapat dari Creswell dalam (Wahyuningsih, 2013) studi kasus merupakan sebuah eksplorasi suatu sistem yang terikat dan melibatkan berbagai informan. Penulis memilih jenis dan pendekatan penelitian ini, dilatarbelakangi dengan adanya keinginan untuk mendapatkan data secara mendalam dan komprehensif dari berbagai jenis data untuk mendapatkan data secara mendalam.

Adapun sumber data pada penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer diambil dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, sehingga dapat memahami permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin batik Ciwaringin, sehingga sumber data primer dapat diidentifikasi sebagai berikut: Tiga pengrajin Batik Tulis Ciwaringin, tiga pengurus koperasi Anugerah Batik Tulis Ciwaringin. Data primer ini ditujukan untuk mendapatkan perspektif secara langsung terkait tantangan yang dihadapi oleh batik tulis Ciwaringin. Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu 6 orang pengrajin batik.

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan secara *purposive sampling*, pertama kali penulis menemui para pengurus koperasi Anugerah batik Ciwaringin, kemudian dilengkapi dengan para pengrajin batik. Guna menunjang data primer, penulis juga menggunakan data sekunder yang diambil dari berbagai literatur yang membahas mengenai industri batik tulis dan tantangannya di pasar. data sekunder ini

diambil guna mendukung analisis penulis dalam mengidentifikasi tantangan dari industri Batik Tulis Ciwaringin dan strategi yang perlu diterapkan.

Teknik pengambilan data pada sumber data primer yaitu dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dengan menggunakan instrumen pedoman wawancara. Serta untuk sumber data sekunder, peneliti menggunakan teknik pengumpulan dokumentasi berupa jurnal, artikel, dan laporan yang kredibel dan terpercaya untuk mendukung temuan dari sumber data primer. Penggunaan kedua sumber data tersebut diharapkan dapat mempertajam analisis pada hasil penelitian ini.

Hasil penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Miles and Huberman* dalam (Rijali, 2018) memaparkan langkah-langkah analisis *Miles and Huberman* yaitu: Melakukan pengumpulan data Setelah data terkumpul, dilakukan reduksi data sesuai dengan rumusan masalah penelitian, Menyajikan data dan Penarikan kesimpulan. Untuk uji validitas dan reliabilitas menggunakan teknik triangulasi sumber, yang mana peneliti akan melakukan kroscek informasi dari beberapa informan yang diwawancara, dan beberapa dokumen seperti dokumen penghargaan dan penjualan batik. Metode penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data yang mendalam dan komprehensif.

Adapun identifikasi dan evaluasi internal dan eksternal industri, penulis menggunakan *framework* SWOT (*Strength, Weakness, Threats, dan Opportunities*) dan dihitung dengan menggunakan teknik EFAS dan IFAS. Teknik IFAS dan EFAS merupakan salah satu teknik untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari industri batik Ciwaringin. Berikut beberapa langkah dalam menggunakan matriks IFAS dan EFAS (Mutiara, 2021).

Teknik perhitungan EFAS dan IFAS ini diadopsi dari beberapa riset terkait evaluasi SWOT pada suatu industri dan sebagai teknik penyusunan strategi suatu industri tersebut. Salah satunya yaitu penelitian dari (Setiawan, 2020) menganalisis pengembangan batik melalui analisis SWOT dan QSPM untuk mengetahui faktor internal dan eksternal.

Adapun kekurangan dari teknik IFAS dan EFAS ini, evaluasi eksternal belum terperinci secara detail. Sehingga ketika penulis ingin

mengevaluasi faktor eksternal lebih mendalam, maka dibutuhkan *framework* lain sebagai pelengkap. Akan tetapi, teknik IFAS dan EFAS memiliki kelebihan dengan adanya perhitungan kuantitatifnya, sehingga pengambilan keputusan dapat lebih jelas dan terukur. Penelitian ini dapat dikatakan sebagai riset pertama kali dengan menggunakan analisis IFAS dan EFAS pada industri batik Ciwaringin, karena sebelumnya belum ada yang membahas strategi batik tulis Ciwaringin dengan menggunakan teknik ini.

Matriks IFAS merupakan suatu alat analisis yang menyediakan kondisi internal perusahaan untuk dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Adapun kelebihan dari teknik IFAS dan EFAS yaitu dapat memberikan perhitungan secara valid sebagai pengembangan industri batik Ciwaringin.

Matriks EFAS suatu alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal perusahaan untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Mengenai tahap-tahap terkait analisis faktor-faktor lingkungan eksternal dalam matriks IFAS adalah sebagai berikut:

1. Mencatat faktor internal utama seperti pelaksanaan audit internal.
2. Memberikan nilai pada setiap faktor dalam rentang dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Nilai yang diberikan mencerminkan tingkat pentingnya masing-masing faktor terhadap keberhasilan perusahaan di industri tersebut. Total dari seluruh bobot harus mencapai 1,0.
3. Beri peringkat 1 hingga 4 untuk setiap faktor guna menunjukkan apakah faktor tersebut merupakan kelemahan mayor (peringkat = 1), kelemahan minor (peringkat = 2), kekuatan minor (peringkat = 3), atau kekuatan mayor (peringkat = 4). Kekuatan harus diberi peringkat 3 atau 4. Sementara kelemahan harus diberi peringkat 1 atau 2. Jadi, peringkat didasarkan pada kondisi perusahaan, sedangkan nilai berdasarkan pada industri.
4. Selanjutnya, kalikan nilai setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan rata-rata tertimbang dari masing-masing variabel.

5. Jumlahkan rata-rata tertimbang dari setiap variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang bagi organisasi. Nilai rata-rata adalah 2,5. Total rata-rata tertimbang dibawah 2,5 menunjukkan bahwa organisasi memiliki kelemahan internal, sedangkan nilai diatas 2,5 menunjukkan bahwa organisasi memiliki potensi internal yang kuat.

Adapun teknik analisis EFAS dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Buatlah faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman, yang ada dalam proses audit eksternal.
2. Memberikan nilai pada setiap faktor dalam rentang dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Nilai yang diberikan mencerminkan tingkat pentingnya masing-masing faktor terhadap keberhasilan perusahaan di industri tersebut. Total dari seluruh bobot harus mencapai 1,0.
3. Beri peringkat 1 hingga 4 untuk setiap faktor guna menunjukkan apakah faktor tersebut merupakan kelemahan mayor (peringkat = 1), kelemahan minor (peringkat = 2), kekuatan minor (peringkat = 3), atau kekuatan mayor (peringkat = 4). Kekuatan harus diberi peringkat 3 atau 4. Sementara kelemahan harus diberi peringkat 1 atau 2. Jadi, peringkat didasarkan pada kondisi perusahaan, sedangkan nilai berdasarkan pada industri.
4. Kalikan setiap bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai tertimbang.
5. Jumlahkan nilai tertimbang dari setiap variabel untuk melihat total nilai tertimbang bagi organisasi. Nilai-nilai tertimbang tertinggi yaitu 4,0 dan nilai tertimbang terendah yaitu 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata yaitu 2,5. Total nilai tertimbang sebesar 4,0 menggambarkan bahwa organisasi memiliki respon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Dengan begitu, strategi perusahaan secara efektif memiliki keuntungan dari peluang yang ada pada strategi saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal. Total nilai 1,0 mengindikasikan

bahwa strategis perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengidentifikasi tantangan dan masa depan industri batik Ciwaringin, yaitu dengan melakukan wawancara dan *feedback* dari para pengrajin batik dan menganalisis menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Adapun kegunaan dari IFAS dan EFAS analisis adalah untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dari industri batik Ciwaringin.

Identifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan di industri batik Ciwaringin didapatkan berdasarkan hasil wawancara, *feedback* dan observasi. Untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan suatu industri, peneliti menggunakan *framework* SWOT. Dalam perencanaan strategis, analisis SWOT merupakan alat yang sangat penting untuk mengevaluasi kondisi organisasi saat ini sebelum menetapkan strategi baru (Abdel-Basset dkk, 2018). Sebagaimana yang terlihat pada tabel 1 IFAS *Analysis* di bawah ini, yaitu menganalisis internal analisis bagian *strength* atau kekuatan dari industri Batik Ciwaringin.

Berdasarkan IFAS analisis bagian *Strength*, dianalisis mengenai kekuatan internal yang ada pada industri Batik Ciwaringin. Penulis mengidentifikasi faktor kekuatan internal yang dimiliki oleh Batik Ciwaringin berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti pada bulan Desember tahun 2023. penilaian atau *scoring* pada matriks IFAS ini dilakukan oleh 3 orang pengurus koperasi Batik Ciwaringin. pemilihan 3 orang ini berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka dalam menganalisis kekuatan internal dari industri Batik Ciwaringin.

Tabel 1. IFAS Analysis (Bagian Strength)

No	Internal Ratio Factors	Source 1	Source 2	Source 3	Sum	Weight	Rating	Weighted Score
<b>Strengths</b>								
S1	Industri Batik Ciwaringin memiliki keunggulan dalam produksi batik yaitu dengan menggunakan bahan alami.	4	4	4	12	0.13	4.00	0.54
S2	Industri Batik Ciwaringin memiliki nilai ramah lingkungan dalam proses produksi batiknya.	4	4	4	12	0.13	4.00	0.54
S3	UMKM Batik Ciwaringin terbantu dengan adanya Koperasi Anugerah.	3	4	4	11	0.12	4.00	0.49
S4	Batik Ciwaringin bekerjasama dengan para pengrajin kayu dengan memanfaatkan limbah kayu untuk pewarna alami.	4	4	4	12	0.13	4.00	0.13
S5	Industri Batik Ciwaringin diberdayakan dengan adanya program CSR dari PT Indocement .	4	4	4	12	0.13	4.00	0.54
<b>Total Strength Score</b>					<b>59</b>	<b>0.66</b>		<b>2.25</b>

Penulis mengidentifikasi lima kekuatan yang dimiliki oleh Industri Batik Ciwaringin, yaitu:

1. Industri Batik Ciwaringin memiliki keunggulan dalam produksi batik yaitu dengan menggunakan bahan alami. Penggunaan bahan alami yang dilakukan oleh pengrajin batik Ciwaringin ini menjadi salah satu kekuatan mereka. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara oleh ketua Koperasi Anugerah.

*"Batik tulis Ciwaringin ini 80% masih menggunakan bahan alami. Penggunaan bahan alami ini menjadi nilai dari batik tulis Ciwaringin."* (KK).

Berdasarkan wawancara tersebut, penggunaan bahan alami menjadi salah satu nilai dari Batik Tulis Ciwaringin. Pasalnya, penggunaan bahan alami juga memberi dampak baik bagi keberlangsungan lingkungan.

2. Industri Batik Ciwaringin memiliki nilai ramah lingkungan dalam proses produksi batiknya.

Adapun kekuatan internal kedua ini berhubungan dengan kekuatan internal pertama yakni proses produksi dari industri Batik Ciwaringin pun sangat ramah lingkungan karena menggunakan bahan-bahan alami yang diambil dari pepohonan sebagai pewarna alami. Pewarna alami yang digunakan untuk membatik memiliki

dampak yang baik juga bagi lingkungan dan pemakainya. Sebagaimana hasil penelitian dari (Musripah, 2019) menyebutkan bahwa pewarna alami lebih ekonomis dibandingkan pewarna kimia karena batik dengan pewarna alami lebih aman dan ramah lingkungan. Zat-zat dalam pewarna alami lebih mudah terurai dibandingkan dengan pewarna tekstil.

*"Kami disini menggunakan pewarna alami salah satu alasannya juga karena tidak merusak kulit."* (ZB).

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pengrajin batik Ciwaringin, pewarna alami yang digunakan untuk membatik tidak memiliki dampak buruk pada kulit, sehingga dapat dipakai dengan aman. Hal tersebut sejalan dengan riset dari penggunaan bahan-bahan alami pada industri batik sebagai salah satu nilai *plus* sebagai bentuk dalam menjaga lingkungan dan dapat dijadikan sebagai aspek keberlanjutan dalam ekonomi. Dalam penelitiannya (Fauzi, 2019) juga mencantumkan bahwa penggunaan bahan alami menjadi salah satu strategi yang dikembangkan pada industri batik di Bogor.

3. UMKM Batik Ciwaringin terbantu dengan adanya Koperasi Anugerah.

Hadirnya koperasi Anugerah di tengah-tengah UMKM pengrajin batik

Ciwaringin membawa angin segar karena dapat memfasilitasi produk pembuatan batik dan memfasilitasi masyarakat yang tidak memiliki galeri untuk melakukan display batik di Koperasi Anugerah. Hal ini juga terkonfirmasi oleh salah satu pengurus Koperasi Anugerah.

*“Koperasi Anugerah ini memfasilitasi pengrajin untuk mendapatkan bahan-bahan produksi dengan harga murah dan mudah, serta membantu pengrajin dalam memasarkan produknya melalui galeri di Koperasi dan penjualan online” (AH)*

Berdasarkan informasi dari ketua koperasi Anugerah tersebut, dapat diidentifikasi bahwa terdapat dua peran Koperasi Anugerah yaitu untuk mempermudah UMKM dalam mendapatkan bahan baku dan membantu dalam pemasaran. Adanya koperasi dapat memperkuat UMKM untuk terus tumbuh dalam hal permodalan dan pemasaran Merujuk pendapat dari (Fadliansyah, 2022). juga dari para pengrajin yang menyatakan bahwa mereka merasa terbantu dengan adanya koperasi Anugerah.

*“Kami sebagai pengrajin merasa terbantu sekali dengan adanya Koperasi Anugerah. Karena sebelum adanya koperasi, kami bingung mencari bahan untuk produksi, dan penjualan kami juga sangat terbatas. Namun setelah adanya koperasi, kami dibantu untuk penjualan dan mudah untuk mendapatkan bahan produksi.” (FT)*

Kehadiran Koperasi Anugerah dapat membantu pengrajin batik di Ciwaringin dengan memfasilitasi penjualan secara *offline* dan *online*, serta memberikan akses pada pameran-pameran nasional dan internasional. Adanya koperasi dapat dijadikan sebagai wadah penghubung antara pemerintah, dan swasta dengan para pengrajin batik Ciwaringin. Kesempatan tersebut membuat industri batik lebih inovatif dan memiliki daya saing dengan industri lainnya. Sebagaimana salah satu penelitian dari (Maninggar dkk, 2018) menyatakan bahwa industri batik Pekalongan memiliki keunggulan dengan adanya kolaborasi antara

pemerintah dan pihak swasta untuk menciptakan industri batik yang lebih inovatif.

Selain memberikan kemudahan akses pada bahan-bahan produksi, Koperasi Anugerah juga membantu para pengrajin dalam memasarkan produknya secara *offline* dan *online*. Adapun secara *offline* Koperasi Anugerah memberikan akses para pengrajin untuk men-display batiknya di galeri koperasi. Adapun secara *online*, Koperasi Anugerah membantu mengkoordinir pemesanan melalui *e-commerce* dan instagram. Berikut salah satu *display* batik di akun instagram Batik Ciwaringin. Berdasarkan Gambar 1 di bawah ini, dapat dilihat bahwa penjualan Batik Ciwaringin masih terbatas pada kain batik.



**Gambar 1. Batik Tulis Ciwaringin di Instagram**

sumber: Istimewa

4. Batik Ciwaringin bekerjasama dengan para pengrajin kayu dengan memanfaatkan limbah kayu untuk pewarna alami.

Kerjasamanya batik Ciwaringin dengan para pengrajin kayu sebagai supplier bahan pewarna alami menjadikan faktor kekuatan tersendiri. Hal tersebut termasuk pada prinsip *interconnected supply chain*. Prinsip *interconnected supply chain* baru dimanfaatkan oleh Batik Ciwaringin pada faktor supplier bahan-bahan produksi. Merujuk pendapat dari (Islam dkk., 2023) strategi *interconnected supply chain* menjadi sebuah peran penting untuk

membantu kesuksesan sebuah bisnis di era global.

5. Industri Batik Ciwaringin diberdayakan dengan adanya program CSR dari PT Indocement.

Pengembangan Industri Batik Ciwaringin termasuk pada program CSR dari PT. Indocement. Adanya program CSR dari perusahaan besar, membuat Batik Ciwaringin terbantu dalam sistem dan akses pemasaran.

Secara umum, berdasarkan 5 aspek kekuatan internal yang dimiliki oleh industri batik Ciwaringin memiliki total score dengan nilai 2.35. Berdasarkan

matriks IFAS, nilai tersebut masuk ke dalam **“average”** atau rata-rata. Hal ini diaplikasikan bahwa industri batik Ciwaringin masih membutuhkan peningkatan secara internal.

Seiring dengan IFAS matriks, tentunya pada faktor internal sebuah perusahaan perlu dilakukan asesmen terkait faktor *weakness* atau kelemahan yang ada pada internal perusahaan. Hal ini untuk melihat secara komprehensif kondisi internal sebuah perusahaan. Berikut tabel internal analisis dari IFAS bagian *weakness*.

**Tabel 2. IFAS Analysis (Bagian Weakness)**

		<b>Weaknesses</b>						
W1	Batik Ciwaringin hanya memproduksi luaran dengan satu tipe, yaitu kain.	3	3	4	10	0.11	2.00	0.22
W2	Industri Batik Ciwaringin memiliki keterbatasan dalam alur <i>cashflow</i> karena proses produksi yang cukup panjang.	3	3	4	10	0.11	2.00	0.22
W3	Industri Batik Ciwaringin memiliki keterbatasan sumber daya manusia dari sisi pengetahuan dan regenerasi.	3	3	4	10	0.11	2.00	0.22
<b>Total Weakness Score</b>					<b>30</b>	<b>0.34</b>	<b>0.67</b>	
<b>Total IFAS</b>					<b>89</b>	<b>1.00</b>	<b>2.92</b>	

Berdasarkan perhitungan matriks *weakness* tersebut, terdapat 3 indikator berdasarkan observasi dan wawancara dengan para pengrajin dan pengurus Koperasi Anugerah. Berikut beberapa indikator *weakness*:

1. Industri Batik Ciwaringin hanya memproduksi luaran dengan satu tipe, yaitu berupa kain.

Industri Batik Ciwaringin hingga saat ini hanya memproduksi kain batik. Batik Ciwaringin belum mampu untuk memproduksi baju atau sejenisnya. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pengurus Koperasi Anugerah:

*“Kami belum mampu untuk memproduksi baju dan sejenisnya. Karena kami memiliki keterbatasan modal dan untuk memproduksinya perlu dalam jumlah besar dan berbagai ukuran.” (AH)*

Berdasarkan pemaparan dari salah satu informan tersebut, akar dari alasan keterbatasan luaran produksi dari batik Ciwaringin disebabkan karena

keterbatasan modal yang dimiliki oleh Batik Ciwaringin. Disisi lain, keterbatasan luaran produksi juga dapat membatasi segmentasi *customer*. Berdasarkan hasil penelitian dari (Palgunadi, 2024) menyatakan bahwa dekade ini terjadi peningkatan perilaku konsumen batik. Pada beberapa dekade lalu batik hanya diproduksi menjadi kain tradisional, kini generasi millennial dan Z mulai menyukai kain batik yang dijadikan baju, *outer*, dan model lainnya.

Berhubungan dengan keterbatasan luaran yang diproduksi oleh industri Batik Ciwaringin, hal ini dapat membatasi industri Batik Ciwaringin untuk dipasarkan kepada target market yang lebih luas. Industri Batik Ciwaringin perlu melakukan ekspansi dari sisi produksi model *fashion* selain pada motif batik itu sendiri. keterbatasan ini juga dipengaruhi oleh ketidak lancaran *cash flow* yang berakar dari panjangnya proses produksi.



2. Industri Batik Ciwaringin memiliki keterbatasan *Cash Flow* karena proses produksi yang cukup panjang.

Produksi batik tulis membutuhkan waktu yang cukup lama. Dari mulai membuat motif, memberikan malam, pewarnaan, hingga pengeringan membutuhkan waktu kurang lebih dua minggu untuk menghasilkan satu kain. Sehingga rata-rata satu pengrajin menghasilkan dua kain batik selama satu bulan. Sehingga setiap penjual batik tulis di Ciwaringin hanya mampu menjual dua buah kain batik selama satu bulan. dengan *range* harga kain dari Rp. 600.000 - Rp. 2.500.000,- Namun jumlah tersebut cukup menjadi tantangan para pengrajin. Karena hasil penjualan tersebut diolah kembali sebagai modal untuk membuat kembali.

Adanya durasi proses produksi yang cukup lama, dapat menghambat intensitas penjualan. Sehingga, *cash flow* dapat terganggu. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat dari (Nur dkk., 2017) menyatakan bahwa pengelolaan arus kas (*cash flow*) ini sangat berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan, maka sumber penerimaan dana dipandang perlu dikelola sumber penerimaan dan pengeluarannya agar kesinambungan perusahaan tercapai.

3. Industri Batik Ciwaringin memiliki keterbatasan sumber daya manusia dari sisi pengetahuan dan regenerasi.

Industri Batik Ciwaringin termasuk pada warisan industri secara turun temurun, hingga generasi saat ini mayoritas berusia 40 - 60 tahun. Berdasarkan informasi dari beberapa informan, memaparkan permasalahan terkait regenerasi pada industri batik.

*“Anak-anak dari para pengrajin batik di sini banyak yang lebih tertarik bekerja di luar, di pabrik. Hampir bisa dikatakan tidak ada penerus atau generasi muda-muda ini yang tertarik dengan batik. Terutama di Ciwaringin ini.” (IM).*

Berdasarkan pengakuan dari salah satu informan tersebut, dapat diidentifikasi salah satu hal yang menyebabkan permasalahan pada regenerasi adalah perubahan pemaknaan subjektif antargenerasi

menjadi tantangan utama bagi keberlanjutan industri Batik Ciwaringin, hal tersebut dikarenakan pengalaman, dan proses adaptasi yang dialami oleh antargenerasi (Sutopo dkk., 2023). Namun secara bersamaan generasi sebelumnya mampu memberikan intervensi dan memberikan harapan bagi generasi selanjutnya (Roberts dan France, 2020).

Selain regenerasi, di era digital seperti ini pelaku UMKM sangat dituntut untuk terus berkembang dari sisi pengetahuan dan perlu mengikuti perkembangan jaman. Mengatasi gap tersebut, para pengrajin cukup terbantu dengan adanya pengurus koperasi yang membantu dalam pemasaran digital.

Berdasarkan matriks IFAS bagian *weakness*, mendapatkan nilai 0.67 dengan identifikasi sangat lemah. Oleh karena itu, kelemahan yang dihadapi oleh industri Batik Ciwaringin masih memiliki kesempatan yang besar untuk ditangani dan diubah menjadi suatu peluang, agar terlihat jelas, berikut Gambar 2. kuadran dari IFAS matriks.

		IFAS		
		Strong 3.0-4.0	Average 2.0-2.99	Weak 1.0-1.99
EFAS	High 3.0-4.0	3.28, 3.16 II	III	IV
	Medium 2.0-2.99	V	V IFAS (2.92)	VI
	Low 1.0-1.99	VII	VIII	IX

**Gambar 2. Matriks IFAS dan EFAS**

Secara general, nilai IFAS (*strength dan weakness*), memiliki nilai 2.92 yang mana dapat diidentifikasi bahwa nilai IFAS berada di kuadran V yaitu dengan nilai rata-rata. Sehingga perlu adanya peningkatan pada faktor internal dari industri Batik Ciwaringin.

Setelah dianalisis menggunakan IFAS matriks, lebih komprehensif dianalisis dengan mengidentifikasi faktor eksternal industri Batik Ciwaringin yang terbagi ke dalam *opportunities*/peluang dan *threats*/tantangan. Berikut hasil analisis dari matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. EFAS Matriks Bagian *Opportunities*

No.	External Ratio Factors	Source 1	Source 2	Source 3	Sum	Weight	Rating	Weighted Score
<b>Opportunities</b>								
01	Eksistensi platform <i>e-commerce</i> memudahkan industri Batik Ciwaringin dalam memasarkan produk ke berbagai daerah.	4	4	4	12	0.19	4.00	0.77
02	Pemerintah fokus pada peningkatan nilai ekspor batik akan meningkat.	4	4	3	11	0.18	4.00	0.71
03	Pemerintah setempat (Ciwaringin) memberikan dukungan dengan memberikan galeri untuk seluruh UMKM Batik Ciwaringin.	4	4	4	12	0.19	3.00	0.58
04	Isu <i>sustainability</i> pada bisnis semakin kuat dan akan menjadi fokus untuk regulasi dan pemerintah.	3	3	3	9	0.15	4.00	0.58
<b>Total Opportunities Score</b>					<b>44</b>	<b>0.71</b>		<b>2.65</b>

Berdasarkan matriks peluang atau *opportunities*, penulis mengidentifikasi 4 indikator yang dapat dijadikan peluang dan beberapa sudah diterapkan oleh industri Batik Ciwaringin.

1. Eksistensi *platform e-commerce* dapat memudahkan UMKM Batik Ciwaringin dalam memasarkan produk ke berbagai daerah.

Saat ini, industri Batik Ciwaringin telah memanfaatkan *platform shopee* sebagai salah satu *e-commerce* untuk memasarkan produk, selain itu para UMKM Batik Ciwaringin juga menggunakan instagram dan facebook sebagai salah satu *platform* yang dapat digunakan sebagai bahan untuk iklan. Salah satu pengurus Koperasi yang bertanggungjawab dalam pemasaran juga menyampaikan pendapatnya terkait manfaat dari penggunaan *e-commerce* terhadap penjualan dii Batik Ciwaringin.

*"Kami sudah menggunakan shopee dan instagram selama dua tahun terakhir ini. Alhamdulillah kami mendapatkan customer dari Malaysia dan Filipina dari instagram, dan kami pun bisa melayani penjualan ke luar pulau melalui shopee."* (IM)

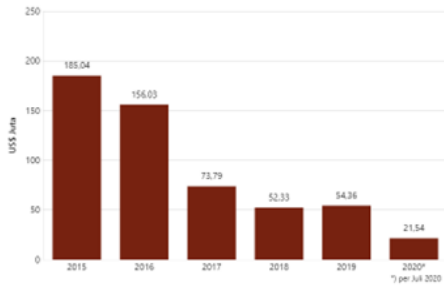
Pengakuan tersebut sejalan dengan hasil riset dari (As'ad dkk., 2022) menjelaskan bahwa UMKM yang

mengadaptasi *platform digital* dan *e-commerce* merupakan sebuah keharusan di era ekonomi global agar dapat tetap *survive* dan menjangkau pasar yang lebih luas yang tentunya berdampak pada pemasukan UMKM. *Platform digital* juga menjadi sebuah media komunikasi yang cukup efisien dan interaktif (McQuail, 2012).

Hadirnya *platform digital* dan membawa angin segar bagi UMKM. UMKM dapat dengan mudah menjangkau pasar yang lebih luas dan banyak fitur yang dapat digunakan juga sebagai bahan promosi. Namun tetap menjadi catatan adalah sumber daya manusia perlu untuk dilatih dalam penggunaan dan pemanfaatan *e-commerce* dan *platform digital*.

2. Dukungan dari Pemerintah untuk Meningkatkan Ekspor Batik

Adanya dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan ekspor batik karena terjadinya penurunan beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari Gambar 3 ekspor batik berikut.



**Gambar 3. Penurunan Ekspor Batik dari Tahun 2015-2020**

Sumber: CNBC Indonesia, 2023

Berdasarkan data dari tahun 2015 - 2020, terlihat terjadi penurunan pada ekspor batik. Namun pemerintah berkomitmen untuk meningkatkan ekspor batik dan dapat dilihat dari adanya kenaikan ekspor batik sebesar 30,1% pada tahun 2022 (Handoyo, 2023) Angka tersebut menjadi angin segar bagi industri batik di Indonesia untuk terus mengembangkan pangsa pasarnya sampai internasional.

3. Pemerintah Setempat (Ciwaringin) Memberikan Dukungan dengan akan membuatkan Galeri Khusus untuk produk dari Industri Batik Ciwaringin.

Dalam pengembangan UMKM memang dibutuhkan sinergitas antara pemerintah dan pihak swasta lainnya. Hal ini agar dapat terwujud dalam peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan UMKM.

Sehingga dengan adanya dukungan tersebut, dapat menjadi peluang bagi industri Batik Ciwaringin untuk terus diproduksi dan ditingkatkan kreativitas dalam hal produksi batik tulis.

4. Isu *Sustainability* dan Keamanan Lingkungan Menjadi Fokus Pengembangan Perekonomian Saat ini.

Komitmen industri Batik Ciwaringin untuk tetap menggunakan bahan-

bahan alami sejalan dengan isu *sustainability* dan dampak terhadap lingkungan atau konsep perekonomian hijau yang menjadi program perekonomian saat ini. Aktivitas dari produksi batik tulis alami tersebut tidak menimbulkan dampak yang berbahaya bagi lingkungan. Sehingga industri Batik Ciwaringin dapat dijadikan sebagai salah satu contoh industri yang menerapkan prinsip proklam.

Prinsip-prinsip ekonomi hijau dapat diidentifikasi sebagai berikut: Terdapat lima prinsip dalam pembangunan ekonomi berbasis ekonomi hijau. Pertama, ekonomi hijau harus mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Kedua, harus menciptakan kesetaraan antar generasi. Ketiga, harus mendukung pelestarian, pemulihan, dan investasi dalam kegiatan berbasis sumber daya alam. Keempat, diharapkan dapat mendorong konsumsi dan produksi berkelanjutan. Kelima, harus didukung oleh sistem yang kuat, terintegrasi dan akuntabel (Anwar, 2022)

Secara general, berdasarkan matriks *opportunities*, industri Batik Ciwaringin memiliki nilai 2.65 yang berada di kuadran "medium". Artinya, tingkat peluang yang ada pada industri Batik Ciwaringin memiliki nilai medium karena selain bersaing dengan sesama industri batik, juga dengan beberapa industri kreatif lainnya di ranah *fashion*.

Selain identifikasi dari sisi peluang, berikut hasil dari analisis matriks EFAS dalam hal *threats* atau tantangan sebagaimana yang dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

**Tabel 4. Analisis EFAS (Bagian Tantangan/Threats)**

		<i>Threat</i>						
T1	Satu dekade terakhir <i>export</i> batik menunjukkan nilai negatif (databoks).	3	4	3	10	0.16	2.00	0.32
T2	Industri Batik Ciwaringin memiliki kompetitor dari Batik Trusmi yang telah memiliki brand yang cukup kuat di pasar.	3	2	3	8	0.13	2.00	0.26
<b>Total Threat Score</b>					<b>18</b>	<b>0.29</b>	<b>0.58</b>	
<b>Total EFAS</b>					<b>62</b>	<b>1.00</b>	<b>3.23</b>	

Berdasarkan teknik analisis EFAS tersebut, penulis mengidentifikasi dua indikator yang menjadi tantangan bagi industri Batik Ciwaringin, diantaranya yaitu:

1. Satu dekade terakhir ekspor batik menunjukkan nilai negatif (databoks).

Berdasarkan informasi dari databoks, ekspor batik Indonesia pernah mengalami penurunan dari tahun 2015 - 2020. Kemudian naik kembali di tahun 2022. Hal tersebut menunjukkan masih adanya fluktuasi, sehingga perlu adanya kerjasama antara *pemerintah* dengan UMKM untuk menstabilkan nilai ekspor batik.

2. Industri Batik Ciwaringin memiliki kompetitor dari Batik Trusmi yang telah memiliki *brand* yang cukup kuat di pasar.

Industri Batik Ciwaringin di Cirebon tentunya memiliki kompetitor yang cukup besar dan terkenal, yaitu batik trusmi. Batik trusmi juga merupakan salah satu warisan turun temurun. Namun saat ini batik trusmi telah berkembang cukup pesat dengan berbagai inovasi model dan *digital marketing* yang menggunakan *influencer* dan selebriti. Dengan adanya persaingan tersebut, industri Batik Ciwaringin perlu memperkuat sistem yang ada pada internal industri.

Setelah menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang ada pada industri Batik Ciwaringin, penulis mengidentifikasi dua hal besar, yaitu tantangan dan masa depan dari industri batik Ciwaringin.

### Tantangan Industri Batik Ciwaringin

Setelah mengidentifikasi faktor Internal dan eksternal dari industri Batik Ciwaringin, perlu digaris bawahi terkait tantangan yang dihadapi oleh industri Batik Ciwaringin. Guna mengidentifikasi lebih detail, terkait tantangan utama (primer) dan sekunder, penulis menggunakan *value chain framework* (Porter, 1985).

Pada *value chain* tersebut, terbagi menjadi kegiatan primer dan sekunder. Berdasarkan hasil analisis yang menggunakan IFAS dan EFAS, industri

batik Ciwaringin memiliki tantangan yang terbagi kedalam dua jenis yaitu primer dan sekunder. Berdasarkan kedua hal ini, industri Batik Ciwaringin dapat mengeksekusi berdasarkan urgensi dari tantangan tersebut.

#### Aktivitas Primer:

- *Operations*

Operasi adalah salah satu kegiatan yang melibatkan transformasi input menjadi output. Kaitannya dengan industri batik Ciwaringin, merupakan proses produksi kain batik yang memakan waktu cukup lama, sehingga dapat menghambat proses penjualan dan cash flow.

- *Marketing and Sales*

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis matriks IFAS dan EFAS, marketing dan penjualan masih menjadi tantangan pada industri Batik Ciwaringin. Hal tersebut terlihat dengan tidak ada intensitas dan interaksi dengan pelanggan di sosial media dan *e-commerce*.

Kedua faktor tersebut perlu dibenahi lebih awal. Karena termasuk pada bagian primer pada *value chain*. Selain itu, tantangan sekunder juga dihadapi oleh industri Batik Ciwaringin, yakni:

#### Aktivitas Sekunder

- *Human Resource Management*

Manajemen sumber daya manusia melibatkan serangkaian proses dan aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia perusahaan, yang mencakup rekrutmen pegawai baru, program pelatihan dan pengembangan pegawai, pemberian motivasi dan kompensasi serta pemberhentian ataupun mempertahankan karyawan (Ritson, 2011).

Berkaitan dengan industri Batik Ciwaringin, masih menjadi tantangan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan digital serta regenerasi menjadi permasalahan utama bagi industri Batik Ciwaringin agar tetap bertahan dan berkelanjutan.

- *Infrastructure*

Infrastruktur merujuk pada rangkaian kegiatan yang terkait dengan sistem yang mendukung perusahaan dan peran-peran yang memperkuat untuk menjaga

kelancaran operasional sehari-hari, termasuk manajemen, hukum, akuntansi, dan administrasi. Pada industri Batik Ciwaringin, perlu pembangunan infrastruktur dalam hal untuk mempercepat proses produksi dan administrasi produk agar tercatat dengan baik dan data-data yang ada mudah untuk dijadikan patokan penyusunan strategi industri.

### **Masa Depan Industri Batik Ciwaringin**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat diidentifikasi beberapa hal yang dapat memberikan dampak terhadap masa depan dari industri Batik Ciwaringin. Industri Batik Ciwaringin memiliki peluang yang cukup besar dengan adanya dukungan dari pemerintah, dan pihak swasta yaitu CSR PT.Indocement dan ekspor batik yang mulai stabil. Hal ini menjadi peluang bagi industri Batik Ciwaringin untuk melakukan inovasi dan pemasaran yang lebih luas. Namun disisi lain, selain peluang yang dimiliki cukup tinggi, tantangan yang dihadapi juga perlu dibenahi segera terkait aktivitas primer dan sekunder. Karena industri batik atau *fashion* berkembang cukup pesat.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka tantangan yang dihadapi industri Batik Ciwaringin dapat terbagi menjadi dua, yaitu berdasarkan aktivitas primer, yakni tantangan pada operasional dan marketing. Serta aktivitas sekunder yaitu pada sumber daya manusia dan infrastruktur. Industri Batik Ciwaringin memiliki keunggulan dalam produksi batik yaitu dengan menggunakan bahan alami; Industri Batik Ciwaringin memiliki nilai ramah lingkungan dalam proses produksi batiknya; UMKM Batik Ciwaringin terbantu dengan adanya Koperasi Anugerah; Batik Ciwaringin bekerjasama dengan para pengrajin kayu dengan memanfaatkan limbah kayu untuk pewarna alami; Industri Batik Ciwaringin diberdayakan dengan adanya program CSR dari PT Indocement; Batik Ciwaringin hanya memproduksi luaran dengan satu tipe, yaitu kain; Industri Batik Ciwaringin memiliki keterbatasan dalam alur cash flow karena proses produksi yang cukup panjang; Industri

Batik Ciwaringin memiliki keterbatasan sumber daya manusia dari sisi pengetahuan dan regenerasi.

Adapun masa depan industri Batik Ciwaringin juga diidentifikasi beberapa hal yang dapat memberikan dampak terhadap masa depan dari industri Batik Ciwaringin. Industri Batik Ciwaringin memiliki peluang yang cukup besar dengan adanya dukungan dari pemerintah, dan pihak swasta yaitu CSR PT.Indocement dan ekspor batik yang mulai stabil. Hal ini menjadi peluang bagi industri Batik Ciwaringin untuk melakukan inovasi dan pemasaran yang lebih luas. Namun disisi lain, selain peluang yang dimiliki cukup tinggi, tantangan yang dihadapi juga perlu dibenahi segera terkait aktivitas primer dan sekunder. Karena industri batik atau *fashion* berkembang cukup pesat.

Berdasarkan hasil penelitian ini yang mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan dari industri batik Ciwaringin melalui analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS, dapat membantu para penentu kebijakan untuk mengarahkan kebijakannya lebih terukur dan spesifik. Penulis memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh para aktor UMKM di industri Batik Ciwaringin maupun UMKM lainnya:

1. Guna menghadapi tantangan industri, UMKM Industri Batik Ciwaringin dapat melakukan regenerasi dengan membuka kompleks industri sebagai tempat belajar dan rekreasi. Serta melibatkan anak-anak muda dalam melakukan manajemen program tersebut. Hal ini dapat memupuk rasa ketertarikan dan kepemilikan dari para generasi muda.
2. Guna mendukung masa depan industri batik Ciwaringin, UMKM industri Batik Ciwaringin dapat saling bersinergi dengan pemerintah sekitar, pihak swasta, dan UMKM lainnya yang dapat menunjang perkembangan *value chain* dari industri Batik Ciwaringin.
3. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mengidentifikasi strategi yang perlu dilakukan oleh industri Batik Ciwaringin dalam perspektif kebijakan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kelompok batik tulis Ciwaringin dan Koperasi Batik Anugerah yang bersedia untuk diwawancarai dan diobservasi selama pengambilan data untuk penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- A M Fauzi, R. L. (2019). Analysis for cleaner production implementation strategy in batik industry in Bogor. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*.
- Anwar, M. (2022). Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral. *JPKN Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 343-356.
- D T Setiawan, B. W. (2020). The development strategy of batik Small and Medium Enterprises (SME) in Kampung Batik Jetis Sidoarjo. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*.
- Fadliansyah, M. R. (2022). Peran Koperasi Simpan Pinjam dalam Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Aceh Barat (Studi Kasus pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Mandiri Jaya Meulaboh). *JIBES Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1 No 1.
- Grisna Anggadwita, N. I. (2023). Women entrepreneurs in the craft industry: a case study of the batik industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Sociology and Social Policy*.
- Handoyo. (2023, Agustus 07). Ekspor Batik Naik 30,1% pada 2022, Ini yang Dilakukan Kemenperin. *Industri*.
- Ihwana As'ad, M. A. (2022). The Implementation of E-Commerce for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMES) in Covid 19 Pandemic Era. *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021)*.
- Kurniasih, R. (2018). Analisis perilaku konsumen terhadap produk batik tulis Banyumas. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 20(1).
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6*. Jakarta Selatan : Salemba Humanika .
- Md. Rasidul Islam, M. E. (2023). Supply Chain Management and Logistics: How Important Interconnection Is for Business Success . *Open Journal of Business and Management*, 2505-2524.
- Mohamed Abdel-Basset, M. M. (2018). An Extension of Neutrosophic AHP–SWOT Analysis for Strategic Planning and Decision-Making. *Symmetry*, Vol 10 No 4.
- Muh Nur R, E. R. (2017). ANALISIS CASH FLOW TERHADAP PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN KAS PADA CV. CITRA SARI MAKASSAR. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 1 No 2.
- Musripah. (2019). Penggunaan Pewarna Alam Sebagai Inovasi Ramah Lingkungan Pada Karya Batik Ikat . *Seminar Nasional Seni dan Desain "Reinvensi Budaya Visual Nusantara"*.
- Mutiara, P. B. (2021). ANALISIS MATRIKS IFAS DAN EFAS PT UNILEVER TBK PADA PANDEMIK COVID-19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomi* .
- Nadia Arfan, N. K. (2022). Optimization of sustainable batik business practice in Koperasi Anugerah Batik, Ciwaringin Village, Indonesia. *Research in Business & Social Science*, Vol 11, No 7.
- Nawawi, E. (2018). Jangan Sebut itu “Batik Printing” Karena Batik Bukan Printing. *Melayu Arts and Performance Journal* , Vol 1 No 1.
- Nimas Maninggar, D. H. (2018). Low-tech industry, regional innovation system and inter-actor collaboration in Indonesia: The case of the Pekalongan batik industry. *Asia Pacific View Point*.
- Oki Rahadianto Sutopo, E. Z. (2023). PROBLEMATIKA REGENERASI DALAM PRAKTIK BUDAYA TENUN LOKAL DI SEJATIDESA YOGYAKARTA. *Jurnal Sosiologi USK* , Vol 17 No 2.

- Palgunadi, G. P. (2024). Apa yang Bisa Kita Pelajari dari Konsumen Batik. *BINUS University*.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Harvard Business School .
- Prihadi Nugroho, M. D. (2022). Missing Policy for Supporting Cultural Heritage Preservation of Batik Industry Clusters in Barlingmascakeb Region, Indonesia. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, -.
- Rijali, A. (2018). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol 17 No 33.
- Ritson, Neil. (2011). *Strategic Management*. Ventus Publishing ApS.
- Steven Roberts, A. F. (2020). Problematizing a popular panacea: A critical examination of the (continued) use of 'social generations' in youth sociology. *The Sociological Review*.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode penelitian studi kasus: Konsep, teori pendekatan Psikologi Komunikasi, dan contoh penelitiannya*. Madura: UTM Press.





